

Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Veronika Dumbrovská

FAKULTATIVNÍ VÝLETY Z PRAHY JAKO PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU

FACULTATIVE TRIPS FROM PRAGUE AS A PRODUCT OF TOURISM

Bakalářská práce

Praha 2010

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem předloženou bakalářskou práci vypracovala samostatně, za použití uvedených zdrojů a literatury.

V Praze 15. 5. 2010

.....
Veronika Dumbrovská

Poděkování:

V této práci bych chtěla poděkovat zejména své školitelce RNDr. Daně Fialové, Ph.D. za její trpělivost a cenné rady. Dále bych chtěla poděkovat Janě Kutílkové za pomoc při provádění dotazníkového šetření, bc. Jakubovi Jarošovi za pomoc při zpracování mapové přílohy a své rodině a přátelům za podporu během psaní této práce.

Název práce: Fakultativní výlety z Prahy jako produkt cestovního ruchu

Autor: Veronika Dumbrovská

Katedra: Sociální geografie a regionální rozvoj

Vedoucí práce: RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

Abstrakt: Tato bakalářská práce se zabývá fakultativními výlety z Prahy, jejich nabídkou, organizací a propagací. Cílem práce je analýza stávajících nabízených výletů, postihnutí problému spojených s jejich organizací a nabídkou a nalezení nových. Součástí této práce je diskuze literatury, zpracování sekundárních dat, dotazníkové šetření, řízené rozhovory a shrnutí výsledků práce.

Klíčová slova: cestovní ruch, fakultativní výlet, Praha, příjezdový cestovní ruch, cestovní kancelář, cestovní agentura

Title: Facultative Trips from Prague As a Product of Tourism

Author: Veronika Dumbrovská

Department: Social Geography and Regional Development

Supervisor: RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

Abstract: This bachelory work engage facultative trips from Prague, its supply, organization and propagation. The aim of this work is analysis of offered trips, find problems that are related to organization and supply of facultative trips from Prague and tendency to find new destinations for these trips. A part of the work is discussion of literature, secondary data processing, questionnaire, controlled interviews and summary of results.

Key words: tourism, facultative trip, prague, incoming tourism, touroperator, travel agency

OBSAH

Seznam zkratk	5
Seznam tabulek	6
Seznam grafů	6
Seznam příloh	6
1. Úvod	7
2. Diskuze literatury a teoretické zařamování	9
3. Metodika a zdroje dat	14
3.1 Zpracování sekundárních dat.....	14
3.2 Kvalitativní výzkum	16
3.3 Hodnocení potenciálu jednotlivých destinací cestovního ruchu Česka pro fakultativní výlety z Prahy	19
4. Fakultativní výlety z Prahy	21
4.1 Cestovní ruch Česka a Prahy	21
4.2 Vymezení fakultativních výletů.....	26
4.3 Organizace fakultativních výletů.....	28
4.4 Nabízené fakultativní výlety z Prahy	32
5. Hodnocení potenciálu destinací Česka pro fakultativní výlety z Prahy	36
6. Závěr	41
Seznam literatury	44

Seznam zkratek

ACK ČR	Asociace cestovních kanceláří ČR
AČCKA	Asociace českých cestovních kanceláří a agentur
CA	cestovní agentura
CK	cestovní kancelář
CR	cestovní ruch
ČCCR	Česká centrála cestovního ruchu
ČSÚ	Český statistický úřad
FSÚ	Federální statistický úřad
FV	fakultativní výlet
HUZ	hromadné ubytovací zařízení
KP	kulturní památka
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
MS	Microsoft
NIPOS	Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
NKP	národní kulturní památka
PDF	Portable Document Format
PSC	Poštovní směrovací číslo
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
UNWTO	World tourism organization – Světová organizace cestovního ruchu

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Typologie CR (s. 32)

Seznam grafů

Graf č. 1: Počet zahraničních hostů a počet jejich přenocování v HUZ v ČR za roky 1989-2009 (s. 22)

Graf č. 2: Počet zahraničních turistů v HUZ v ČR za období
1. čtvrtletí 2000 – 3. čtvrtletí 2009 (s. 23)

Graf č. 3: Vývoj poměru zahraničních hostů ubytovaných HUZ Prahy a HUZ ostatních krajů za roky 1991-2008 (s. 23)

Graf č. 4: Graf č. 4: Počet zahraničních hostů a počet jejich přenocování v HUZ v Praze za roky 2000-2009 (s. 24)

Graf č. 5: Vývoj počtu zahraničních hostů v HUZ v ČR podle státní příslušnosti za roky 1991, 1996, 2006, 2007 a 2009 (s. 25)

Graf č. 6: Vývoj počtu zahraničních hostů v HUZ v Praze podle státní příslušnosti za roky 1991, 1996, 2001, 2007, 2008 a 2009 (s. 26)

Graf č. 7: Vývoj počtu zakoupených FV z Prahy organizovaných CA Martin Tour za roky 1999-2009 (s. 33)

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník určený cestovním kancelářím a cestovním agenturám nabízející fakultativní výlety z Prahy

Příloha č. 2: Dotazník určený zahraničním návštěvníkům v cílových destinacích fakultativních výletů z Prahy

Příloha č. 3: Firmy nabízející fakultativní výlety z Prahy

Příloha č. 4: Pravidelně organizované fakultativní výlety z Prahy

Příloha č. 5: Hodnocení potenciálu památkových objektů pro fakultativní výlety z Prahy

Příloha č. 6: Hodnocení potenciálu památkových objektů Česka pro fakultativní výlety z Prahy (mapová příloha)

1. Úvod

Fakultativní výlet (dále jen FV), je takový výlet, který není zahrnut v ceně standartního zájezdu, ale může být k tomuto zájezdu přikoupen (Pásková, Zelenka 2002). Tento výlet může být nabízen buď stejnou cestovní kancelář (dále jen CK) jako zájezd původní nebo cestovní kancelář či cestovní agenturou (dále jen CA), která sídlí v místě cílového pobytu. Tudíž jsou tyto výlety příležitostí pro zvýšení příjmu v dané cílové destinaci.

Fakultativní výlety jsou důležitou součástí cestovního ruchu (dále jen CR). Turisty jsou často využívány jako zpestření jejich pobytu v určité turistické destinaci. Mohou mít různou povahu, od poznávacích výletů, přes výlety zábavného charakteru až po výlety se zaměřením na adrenalinové zážitky, wellness či jiné.

V této práci jsou řešeny konkrétně FV z Prahy. Do Prahy, jako střediska CR Česka, je soustředěno přes 50 % všech zahraničních turistů. Jak tedy docílit vyšší návštěvnosti i v jiných destinacích Česka? Jedním z řešení tohoto problému jsou právě FV z Prahy. Prostřednictvím těchto výletů mohou turisté poznat i jiné turistické destinace a popřípadě se poté vrátit právě do nich a ne do hlavního města. FV z Prahy slouží k prezentaci jednotlivých destinací Česka a zároveň mohou být nástrojem k poskytnutí finančních prostředků i jiným turistickým oblastem než pouze Praze.

Cílem této práce je celkové zhodnocení nabídky a organizace FV z Prahy, zhodnocení stávajících destinací a nalezení destinací nových. Součástí práce je postihnout vývoje CR Česka a Prahy jako nutného předpokladu pro uskutečnění těchto výletů. Metody, které byly použity v této práci, byla diskuze literatury, zpracování sekundárních dat, dotazníkové šetření a řízené rozhovory.

V rámci studie byly stanoveny tyto výzkumné otázky:

- Jaké druhy FV z Prahy jsou nabízeny?
- Existují destinace, které již byly nabízeny v rámci FV z Prahy, ale neosvědčily se? Z jakých důvodů se neosvědčily?
- Jak probíhá spolupráce CA a CK nabízejících FV z Prahy s jinými subjekty CR a je tato spolupráce dostatečná? Odpovídá metodám řízení v CR?
- O které destinace by mohla být v rámci FV z Prahy rozšířena nabídka?

Struktura práce je následná. Úvodní kapitola přibližuje a zdůvodňuje výběr tématu. Jsou v ní stanoveny cíle práce a výzkumné otázky. Druhá kapitola obsahuje diskuzi použité literatury a teoretické zarámování. Ve třetí kapitole je zpracována metodika práce. Čtvrtá kapitola je věnována samotnému výzkumu. První část této kapitoly se zabývá obecně CR Česka a CR Prahy, další část je věnována vymezení FV z Prahy, třetí část se týká organizace FV z Prahy a poslední část je věnována konkrétním nabízeným výletům. V páté kapitole je řešen potenciál jednotlivých turistických cílů pro FV výlety z Prahy. V závěrečné kapitole jsou shrnuty výsledky práce a zodpovězeny výzkumné otázky.

2. Diskuze literatury a teoretické zarámování

V této práci jsou použity jak primární tak sekundární zdroje literatury. Z primárních zdrojů je v práci použit zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu (v platném znění; dále jen č. 159/1999 Sb.), který je základem pro definování cestovní kanceláře a cestovní agentury a zároveň vymezuje oblast jejich činnosti. Strategický dokument Ministerstva pro místní rozvoj ČR (dále jen MMR ČR) Koncepce státní politiky pro cestovní ruch České republiky na období 2007 – 2013 (MMR ČR 2007), jejíž přínos pro tuto práci spočíval především ve stanovení priority č. 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu, která byla využita k identifikaci problémů CR v Česku a pro stanovení funkce FV z Prahy v rámci CR Česka. Dále byly z primárních zdrojů použity propagační materiály jednotlivých CK a CA, které sloužily k postihnutí organizace FV z Prahy a vytvoření databáze těchto výletů. Sekundární prameny zahrnují monografie, odborné časopisy a internetové zdroje informací. Použitou literaturu lze podle obsahu rozdělit na obecnou, metodickou a regionální. Z obecné literatury byly použity pro účely této práce čtyři monografie. Publikace Průmysl cestovního ruchu (Galvasová, Binek, Heleček, Chabičovská, Szdzyrba 2008), pohlíží na CR jako na součást národního hospodářství a tím jako na nástroj regionálního rozvoje. V této souvislosti je publikace zaměřená především na vzdělávání v oblasti veřejné správy. Z publikace byla využita především typologie CR, která je zpracována přehledněji a podrobněji než typologie v obsahově podobné publikaci Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy (Hesková a kol. 2006), která pohlíží na cestovní ruch spíše z pohledu podnikatelského. Nejprínosnější z této publikace byla kapitola „Metody boje o trh cestovního ruchu“, v níž se autor zabývá tvorbou a prosazováním národních produktů a v této souvislosti i FV. Další monografie obecného charakteru se zabývají CR jako geografickou disciplínou. Publikace Geografie cestovního ruchu (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001) pohlíží na CR jako na systém, který se skládá z jednotlivých subsystémů (poptávky, nabídky a realizační). V této souvislosti byla publikace využita k postihnutí významu pojmu CR a jeho charakteru jako oboru s interdisciplinárním charakterem. Dále byla využita z publikace Geografie cestovního ruchu regionální část věnovaná jednotlivým turistickým regionům, pro tuto práci byl přínosný především rozbor potenciálu jednotlivých regionů. Oproti tomu z publikace Geografia cestovného ruchu (Mariot 1983) nemohly být využity regionální

části z důvodu starého data vydání. Tato publikace byla využita pro stanovení definice CR a k postihnutí vývoje této definice, který v předchozí publikaci chybí.

Z předchozího výčtu použité literatury je zřejmé, že CR je interdisciplinární obor, proto je složité přesně formulovat jeho definici. První pokusy definovat CR se objevily již na začátku 20. století, kdy se ho autoři snažili odlišit od širšího pojmu cestování (Hesková a kol. 2006). V těchto letech byl však CR považován spíše za jev ekonomického charakteru. Ve 30. letech se začaly objevovat i jiné aspekty CR – geografický, dopravní a sociologický (Hesková a kol. 2006). Profesor W. Hunzikerem a profesor K. Krapfem již v roce 1942 definovali CR jako „... soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hesková a kol. 2006, s. 10). Obdobně C. Kaspar v roce 1975 definoval „CR nebo-li turismus [jako]... komplex vztahů a jevů vznikající při cestách a pobytu osob, pro které místo jejich pobytu není místem jejich trvalého pobytu ani zaměstnání.“ (Kaspar 1975, cit. v Mariot 1983, s. 10). Podle Mariota je však nedostatek této definice v tom, že ztotožňuje účastníky CR a účastníky dopravy (Mariot 1983). Z novodobých definic CR je třeba uvést formulaci Světové organizace CR (dále jen UNWTO), která byla prezentována v roce 1991 na mezinárodní konferenci v Kanadě – „CR se rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“ (UNWTO 1991, cit. v Hesková a kol. 2006). Podle České verze evropské normy je CR definován jako: „... činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů.“ (ČSN EN 1308 2004, cit. Hesková a kol. 2006, s. 11). Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002) chápe CR jako: „Komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků CR – souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky CR včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro CR, souhrn politických a veřejně-správních aktivit.“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 45).

Jak již bylo výše uvedeno, má CR interdisciplinární charakter. Podle J. Šípa jsou disciplínami, které se zabývají CR, geografie, technologie, ekonomika a marketing (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001), Hesková dále připojuje psychologii a sociologii (Hesková a kol. 2006). „Geografie má v CR důležité postavení jak z hlediska inventarizace turistických atraktivit, jejich popisu a poskytování informací návštěvníkům, tak i z hlediska studia vztahů jednotlivých regionů, územního i regionálního plánování a regionálního

rozvoje.“ (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001, s. 13). Geografie cestovního ruchu tedy zkoumá teritoriální vazby účastníků cestovního ruchu mezi místem jeho trvalého pobytu a místem rekreace a interakce CR s prvky krajinného systému (Mariot 1983).

Dalšími zdroji použitými v této práci byly publikace metodického charakteru. Publikace Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR (Vystoupil, Holešnická, Kunc, Šauer 2007) byla využita jako předloha pro analýzu potenciálu jednotlivých turistických cílů pro FV z Prahy a publikace Jak se vyrábí sociologická znalost (Disman 2002) byla využita v souvislosti s vytvářením dotazníků i samotným terénním výzkumem v cílových destinacích FV z Prahy. Z publikace Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR (Vystoupil, Holešnická, Kunc, Šauer 2007) byla využita i její regionální část, podobně jako v publikaci Geografie cestovního ruchu (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001). Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR je však novější publikací než Geografie cestovního ruchu a tudíž dokáže postihnout novější trendy CR, nevýhodou této publikace naopak je, že řeší potenciál v rámci krajů Česka nikoli v rámci turistických regionů jako publikace Geografie cestovního ruchu. K podobnému účelu byl použit i internetový portál Turistické regiony ČR (www.tourism.cz). Zde jsou zobrazeny nejvýznamnější památky jednotlivých regionů, které byly přínosné při hledání nových cílů pro FV z Prahy. Dále byly využity internetové stránky organizací CR: stránky České centrály cestovního ruchu (dále jen ČCCR) za účelem získání výsledků výzkumu „Profil návštěvníků v turistických regionech“ (ČCCR 2007) a stránky Asociace cestovních kanceláří ČR (dále jen ACK ČR, www.ackcr.cz) a Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (dále jen AČCKA, www.accka.cz) za účelem vytvoření databáze CA a CK nabízejících FV z Prahy. Z odborných časopisů zabývajících se CR byl pro tuto práci významný časopis COT Business (dostupný i v internetové podobě na stránkách www.cot.cz), který této práci přispěl články o statistickém zhodnocení CR Česka a články zabývajících se jednotlivými regiony a památkovými objekty v Česku.

CR funguje jako systém „... jehož základními stavebními prvky jsou subsystémů nabídky, subsystém poptávky a subsystém realizační a vazby mezi nimi představující toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků“ (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001, s. 14). První subsystém reprezentují účastníci CR neboli subjekt CR. Účastníky CR lze poté dále dělit na stálé obyvatele (rezidenty), návštěvníky, turisty či výletníky. Rezident je „... fyzická osoba jakékoli národnosti, sídlící v dané zemi více než jeden rok. Jsou to tedy občané státu i cizinci. Občané žijící v zahraničí rezidenty nejsou.“ (Vystoupil 1992, cit. v Pásková, Zelenka 2002, s. 253). Návštěvník je obecnější pojem, který v sobě zahrnuje

jak turistu, tak výletníka. Podle UNWTO je návštěvník „... jakákoli osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího obvyklého pobytu na dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti.“ (UNWTO 1995, cit. v Pásková, Zelinka 2002, s. 191). Rozdíl mezi turistou a výletníkem je v době, kterou stráví v navštíveném místě. Turista v tomto místě stráví více jak 24 hodin a zároveň zde alespoň jednou přespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení (UNWTO 1995, cit. v Pásková, Zelinka 2002). Výletník naopak cestuje na dobu kratší než 24 hodin a v daném místě nestráví noc.

Druhým subsystémem je objekt CR, je nositelem nabídky CR a tvoří ho cílové místo, podniky a instituce CR (Hesková a kol. 2006). Pro pojem cílové místo se v odborné literatuře používá termín destinace CR, což je „... země, region, sídlo nebo oblast, která je typická velkou koncentrací atraktivit CR, rozvinutými službami CR a další infrastrukturou CR, jejíž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 59).

V Česku dochází k velké koncentraci návštěvníků především v hlavním městě, Praze. Z celkového počtu turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních Česka (dále jen HUZ) se jen v Praze soustředí přibližně 60 % (údaj k roku 2008, www.czso.cz). „Důvodem proč Praha stále dominuje, je fakt, že v ostatních regionech chybí nabídka nových kvalitních produktů CR.“ (MMR ČR 2007, s. 55). „Produkt CR je souhrn činností v oblasti CR vytvářející ucelenou nabídku pro zájemce/účastníky za účelem využití volného času, rekreace, poznání, za jiným nevýdělečným účelem (včetně kongresového a církevního CR a lázeňství), realizované v konkrétní lokalitě, regionu či státu nebo tématicky zaměřené na území i více států. Vždy musí jít o nabídku zahrnující kompletní zabezpečení účastníka s využitím lokalizačních předpokladů CR konkrétního regionu, státu či lokality.“ (MMR ČR 2007, s. 47). Snahou MMR ČR je snížit počet zahraničních turistů Prahy ve prospěch ostatních regionů Česka. Jednou z priorit Koncepce státní politiky CR v ČR na období 2007-2013 je, aby si zahraniční turista nespojoval pojem Česko pouze s Prahou, ale i s jinými produkty CR jako jsou památky UNESCO, lázeňství, kongresový CR, církevní CR atd. Jedním z možných řešení tohoto problému je nabídka fakultativních výletů z Prahy. Ty slouží především k prezentaci národních a regionálních produktů CR Česka a dále také k prodloužení pobytu zahraničních turistů v Česku (Hesková a kol. 2006). Fakultativní výlet je takový výlet, který není zahrnut v ceně standardního zájezdu, je však k němu nabízen a klient si ho může dokoupit, a to přímo v místě zakoupení anebo v místě pobytu (Pásková, Zelinka 2002). Národní produkt je takový produkt CR, který buď

přesahuje administrativní hranice na území státu nebo se jedná o nový produkt, jehož zavádění je podporováno ze strany státu (MMR ČR 2007). V Česku se tvorbou a sestavením národních produktů CR zabývá MMR ČR a jejich prezentací pak ČCCR.

3. Metodika a zdroje dat

V této práci bylo využito metod jak kvalitativního tak kvantitativního výzkumu. První částí bylo studium odborné literatury týkající se zkoumaného tématu. Poté bylo přistoupeno ke zpracování sekundárních statistických dat týkajících se příjezdu a počtu přenocování zahraničních turistů v Česku a v Praze. Dále byla vytvořena databáze CK a CA nabízející FV z Prahy a databáze pravidelně organizovaných FV. V rámci kvalitativního výzkumu probíhaly řízené rozhovory s odborníky pracujícími v oblasti organizace a prodeje FV a dotazníkové šetření s turisty v cílových destinacích FV. Nakonec byla vytvořena metoda hodnocení potenciálu cílových destinací pro FV z Prahy.

3.1 Zpracování sekundárních dat

Pro získání sekundárních dat za územní celky Česko a Praha byl zpracován statistický soubor „Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích (NUTS III)“. Tento soubor je dostupný ve formátu .xls (MS office) na internetových stránkách Českého statistického úřadu (dále jen ČSÚ) v záložce ekonomika – cestovní ruch – dlouhé časové řady (www.czso.cz). Jedná se o data, která „... vycházejí z pravidelného šetření organizovaného ČSÚ. Do roku 2002 (včetně) byla HUZ do šetření zahrnována na základě náhodného 30% výběru z Registru ubytovacích zařízení. [Data byla zpracovávána za každý měsíc a zveřejňována čtvrtletně]... Od roku 2003 jsou do šetření zahrnuta všechna HUZ plošně. Šetření je rozděleno na měsíční šetření, do kterého jsou zahrnuty vybrané jednotky, a čtvrtletní šetření obsahující zbylá HUZ“ (Metodika – časové řady cestovní ruch, www.czso.cz, kapitola 1.2). „HUZ představuje zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky sloužící pro účely CR“ (Metodika – časové řady cestovní ruch, www.czso.cz, kapitola 2.1). Data jsou zveřejňována za čtvrtletí a za celý rok. K dispozici jsou údaje jen za roky 2000 až 2008, zbylé roky bylo nutno vyhledat v tištěných publikacích – statistických ročenkách Československa, Česka a Prahy. Vzhledem k tématu této práce, FV z Prahy (které jsou primárně určeny pro zahraniční turisty), jsou ve statistice sledování pouze zahraniční hosté. Díky tomu, že jsou data zveřejňována za jednotlivé kvartály, bylo možné sledovat i sezónní změny CR. Ze získaných údajů byly vypracovány dva lineární

grafy obsahující údaje o přenocování a počtu hostů v HUZ. Grafy byly zpracovány v programu MS office.

Další částí kvantitativního výzkumu byl výzkum struktury zahraničních návštěvníků. Byly použity dva soubory – „Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR a krajích (NUTS III)“ a „Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR a krajích (NUTS III)“, které jsou dostupné na internetových stránkách ČSÚ v sekci cestovní ruch – dlouhé řady (www.czso.cz). Data jsou zveřejněna za roky 2000 – 2008 v roční a měsíční periodě. Údaje za ostatní roky byly získány z tištěných statistických ročenek Československa, Česka a Prahy. Z údajů byly vybrány země s největším průměrným podílem hostů a sousední země Česka. Pro tyto země byl vypracován sloupcový graf vývoje počtu zahraničních turistů za roky 1991, 1996, 2001, 2007, 2008 a 2009. Jako počáteční byl vybrán rok 1991, protože za předešlé roky nejsou dostupná data. Poté byly vybrány roky s pětiletým odstupem a nakonec poslední tři dostupné roky, aby bylo možné postihnout změnu v období ekonomické krize a zároveň i trend vývoje v posledních letech.

Dále byla sekundární data získána z výzkumu prováděného v letech 2006/2007 agenturou StemMark pod záštitou ČCCR. Tento výzkum „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“ je volně dostupný na internetových stránkách ČCCR v záložce statistiky – výzkumy Czechtourism, kde je možné také přímo pracovat s jednotlivými daty monitoringu (ČCCR 2007). Toto šetření bylo prováděno v jednotlivých turistických regionech a oblastech. Cílem tohoto projektu bylo zjistit profil návštěvníků jednotlivých turistických regionů a oblastí a jejich spokojenost s turistickou infrastrukturou a službami CR v dané oblasti. V každé oblasti byl předložen stejný dotazník a vyhodnocen stejnou metodou, aby bylo možné jejich porovnání. Dotazník byl sestaven z 22 otázek, které lze obsahově rozdělit do několika částí: identifikace a segmentace respondentů, charakteristiky pobytu, hodnocení regionu a doplňkové charakteristiky. Šetření prováděli školení tazatelé a respondenti byli vybíráni náhodně přímo v terénu. Monitoring byl uskutečněn ve dvou etapách. Letní šetření probíhalo od konce června do konce srpna, zimní od února do první poloviny března. Lokality, kde byli návštěvníci oslovoováni, byly místa soustředěného CR a zvýšeného pohybu návštěvníků – vybrány tak, aby pokud možno rovnoměrně pokryly celý region (ČCCR 2005).

Výsledky šetření byly využity pro hodnocení jednotlivých cílových destinací FV z Prahy, pro analýzu destinací, které mohly být ještě nabízeny v rámci FV z Prahy, a pro identifikaci pražských turistů.

3.2 Kvalitativní výzkum

a) Dotazování cestovních kanceláří a agentur

Cílem tohoto výzkumu bylo zjistit celkovou organizaci výletů, spolupráci CK s jinými subjekty cestovního ruchu a návštěvnost jednotlivých destinací. První část spočívala ve vyhledání CK a CA, které nabízejí FV z Prahy. Poté byla vytvořena databáze těchto CK a CA, sestaven dotazník a kontaktovány jednotlivé CK a CA.

Vyhledávání CK a CA probíhalo přes internetové stránky ACČKA, ACK ČR, pomocí internetového vyhledávače google a internetového portálu seznam.cz. Nejvíce přínosný se stal internetový portál seznam.cz, kde se v záložkách Firmy – Cestování a ubytování – CK – nachází složka Incomingové CK (www.firmy.cz). V této složce se nachází přibližně 150 odkazů na CK a CA, zabývající se příjezdovým CR. Každý z odkazů byl otevřen. V první části byly vyřazeny CK a CA, které nenabízejí FV z Prahy, v druhé části byla vytvořena databáze a kontaktovány dané firmy.

Celkově byly vytvořeny dvě databáze na základě údajů získaných z internetových stránek jednotlivých CA a CK a údajů z propagačních letáků. První databáze obsahuje soupis firem poskytujících FV z Prahy. V ní je uveden název firmy, zda se jedná o CA či CK, jaké poskytují služby turistům, kolik FV z Prahy obsahuje jejich nabídka a odkaz na jejich internetové stránky (viz příloha č. 3). Druhá databáze obsahuje přehled pravidelně organizovaných FV z Prahy. Jsou v ní uvedeny tyto informace: název a druh výletu, počet CA/CK nabízející tyto výlety, obsažené služby, v jakých jazycích jsou nabízeny, termíny jejich uskutečnění, délka trvání a cena výletu (viz příloha č. 4).

Dotazování firem probíhalo ve dvou etapách. V první části byly kontaktovány firmy prostřednictvím emailu. Bylo kontaktováno 29 firem nabízejících FV z Prahy. Byly poslány 3 emaily každé firmě v týdenních rozmezech. Na první email odpovědělo 5 firem – 2 CA a 3 CK, na druhý odpověděly další 2 CA, dále už neodpověděly žádné firmy. Těm, které odpověděly byl zaslán dotazník (viz příloha č. 1). Vyplněný dotazník zaslaly zpátky 3 CA. Odpovědi na položené otázky však byly velice stručné a počet vyplněných

dotazníků byl velmi malý a tudíž nebylo šetření reprezentativní. Tato metoda nebyla dále uplatňována.

Druhou částí byly řízené rozhovory s odborníky v CR zabývající se FV z Prahy. Byly vybrány dvě firmy, které organizují pravidelné FV výlety z Prahy – CA Martin Tour a CK Premiant Tour. CA a CK byly navštíveny v jejich centrálních kancelářích na adrese, která je uvedena jako kontaktní v jejich propagačních materiálech nebo na internetových stránkách. Pohovor probíhal s manažerkami dané CA a CK, ve firmě Martin Tour došlo i ke krátkému rozhovoru přímo s majitelem firmy. Otázky se týkaly třech oblastí – nabízených výletů, spolupráce s dalšími subjekty CR a reakce na ekonomickou krizi. Konkrétní otázky, které byly při pohovoru pokládány v podstatě kopírovaly otázky, které jsou zobrazeny v příloze č. 2 a dále byly rozváděny v reakci na odpovědi. V obou firmách byli velmi vstřícní k zodpovězení položených otázek, CA Martin Tour dokonce poskytla záznamy o počtu prodaných výletů mimo Prahu od roku 1989, ze kterých byl dále vytvořen lineární graf.

b) Dotazování zahraničních návštěvníků v cílových destinacích

V průběhu hlavní turistické sezóny 2009 byli dotazováni zahraniční návštěvníci v cílových destinacích FV. Prvním krokem bylo vytvoření dotazníku o 11 otázkách. Pět otázek bylo polouzavřených, tedy vedle výčtu možností bylo ponechané i místo pro vlastní odpověď, a zbylé otázky byly otevřené. První část dotazníku je věnována otázkám o destinaci, kde byl dotazník prováděn. Další otázky se týkají ostatních destinací, které dotazovaný navštívil nebo chce navštívit a na závěr jsou umístěny identifikační otázky zjišťující zemi původu, věk a zaměstnání dotazovaného (viz příloha č. 2). Dotazník byl vytvořen v několika jazykových mutacích – anglické, německé, španělské, francouzské, ruské a italské.

Cílové destinace dotazování byly vybrány podle nabídky CK a CA, které se specializují na FV z Prahy (viz. příloha č. 4). Šetření probíhalo v destinacích, které jsou turisty v rámci FV navštěvovány nejvíce – Český Krumlov, Karlštejn, Karlovy Vary, Konopiště, Kutná Hora a Terezín. Dotazování jsem prováděla osobně společně s vyškolenou tazatelkou. Probíhalo ve dvou etapách – dopoledne mezi 10-12 hodinou a odpoledne mezi 13-17 hodinou, vždy právě jeden den v každé destinaci. Dotazování byli zahraniční návštěvníci a to v místech jejich největší

koncentrace – většinou na hlavním náměstí nebo před památkovým objektem. Oslovování probíhalo z větší části na základě dobrovolnosti, nicméně se snahou postihnout různé věkové a národnostní skupiny. Zahraniční návštěvníci byli dotazováni v anglickém nebo německém jazyce a poté jim byl předložen dotazník v jednom z dostupných jazyků, který si sami vybrali. Ve většině případů byli dotazovaní turisté ochotní dotazník vyplnit – cca 80 %. Zbýlých 20 % spěchalo, neumělo německy ani anglicky anebo jednoduše nemělo zájem zúčastnit se šetření.

Původním záměrem bylo v každém městě získat alespoň 100 dotazníků, to se ale ukázalo jako nereálné. Hlavním problémem bylo malé množství zahraničních turistů v cílových destinacích během této turistické sezóny. Pokles byl zaznamenán především na Karlštejně a v Kutné Hoře. V Kutné Hoře byl pokles způsoben probíhající přestavbou náměstí, v jejímž důsledku bylo město prezentováno jako zcela nedostupné. Další problémy plynuly především z časové a finanční náročnosti výzkumu.

Celkem bylo sebráno 62 dotazníků. Výsledky tedy nelze považovat za reprezentativní, lze je však považovat za jakousi prvotní sondu do této problematiky. Pokud by v budoucnosti mělo být takovéto šetření prováděno, je třeba provádět výzkum v jedné destinaci několikrát v různých dnech v týdnu. Následně by bylo vhodné srovnat výsledky se dny, ve kterých FV nabízejí CK. Zajímavé by určitě bylo sledovat návštěvnost jednotlivých destinací v pondělí, kdy jsou zavřené hrady a zámky. Lze předpokládat, že v tento den budou přijíždět do destinací s hrady nebo zámky především návštěvníci, kteří cestují sami bez zaštitění CK (v tento den výlety na hrady a zámky nejsou organizovány, viz příloha č. 4). Výzkum by se tedy měl provádět, tak třikrát popřípadě čtyřikrát do týdne v jedné destinaci. Dotazování by mělo probíhat ve dvou etapách – dopoledne a odpoledne a měly by být zastoupeny všechny věkové skupiny (studenti, rodiny s dětmi a důchodci).

3.3 Hodnocení potenciálu jednotlivých destinací cestovního ruchu Česka pro fakultativní výlety z Prahy

Pro tuto část výzkumu byla vytvořena vlastní metoda hodnocení potenciálu cílových destinací pro FV z Prahy. První byla vytvořena tabulka památkových objektů Česka, dále byly bodově ohodnoceny tři vybrané indikátory potenciálu – návštěvnost objektu, časová dostupnost objektu z Prahy a stupeň památkové ochrany. Tyto dílčí indikátory byly nadále sečteny a vytvořena celková hodnota potenciálu památkového objektu pro FV z Prahy. Tato metoda byla dále rozpracována i v grafické podobě pomocí mapového výstupu.

Postup tvorby přehledu byl následný: Památkové objekty byly vybrány z publikace „Návštěvnost památek v roce 2008“, který je volně stažitelný ve formátu PDF na internetových stránkách Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (dále jen NIPOS) v záložce „Statistika kultury České republiky“ a dále „Statistická data v publikacích“ (NIPOS 2009). V této publikaci jsou „... zobrazeny památkové objekty, kterými se rozumí hrady, zámky, kláštery, zříceniny, mlýny apod. zpřístupněné návštěvníkům za vstupné. V některých památkových objektech, kde sídlí pobočky krajských nebo městských muzeí, není uveden údaj o návštěvnosti. Rovněž není údaj uveden v případě, že majitel památkového objektu nedal souhlas ke zveřejnění individuálních údajů“ (NIPOS 2009, s. 3). Památkové objekty jsou rozděleny podle krajů. U každého objektu je zobrazena návštěvnost za roky 2006, 2007 a 2008, poštovní směrovací číslo (dále je PSČ), telefon a obec, ve které se daný objekt nachází.

Pomocí této publikace byla sestavena tabulka „Hodnocení potenciálu památkových objektů Česka pro FV z Prahy“ (viz příloha č. 5). Do tabulky byly vybrány památkové objekty, které měly návštěvnost za rok 2007 vyšší než 40 tis. Tato hranice byla stanovena po srovnání památkových objektů zobrazených v publikaci NIPOS a památkových objektů zobrazených na internetovém portálu Turistické regiony ČR (www.tourism.cz). Dále byly přidány dva památkové objekty s nižší návštěvností, protože náleží do kulturního dědictví UNESCO. Jako reprezentativní byl vybrán rok 2007, protože za tento rok bylo nejvíce poskytnutých údajů o návštěvnosti, v případě, že tento údaj za rok 2007 chyběl, byl vzat v úvahu údaj za rok 2008. Do tabulky byl připojen údaj o návštěvnosti za roky 2006, 2007 a 2008, údaj o časové dostupnosti z Prahy v minutách a stupeň památkové ochrany daného objektu. Tyto dostupnosti byly získány pomocí plánovače trasy v mapovém prohlížeči

na internetových stránkách mapy.cz. Do plánovače trasy bylo vždy zadáno výchozí místo Praha (centrum Prahy) a cílové místo – daný památkový objekt. Počítání těchto časových vzdáleností nebere v úvahu zdržení spojené s projížděním obcemi, přejížděním křižovatek a kruhových objezdů, čekání na semaforech apod., proto byly pro hodnocení stanoveny půl hodinové intervaly a nebyl brán čistý čas, který byl spočítán. Takto vznikla u každé spočítané časové vzdálenosti určitá tolerance, která snižuje nedostatky spojené s nepřesností počítání této časové vzdálenosti. Každému památkovému objektu byly přiděleny body za tři výše zmíněné indikátory – návštěvnost, časová dostupnost a stupeň památkové ochrany. Body za jednotlivé indikátory byly sečteny a byla vytvořena konečná hodnota potenciálu daného památkového objektu pro FV z Prahy, kde nejvyšší počet bodů znamená nejvyšší potenciál. Tabulka byla zpracována v programu MS Excel.

Tato analýza byla provedena i prostorově pomocí mapy (viz příloha č. 6). Mapa byla vytvořena v programu ArcMap. Byly vytvořeny časové zóny dostupnosti po silnicích z Prahy, které jsou odstupňovány pomocí různých odstínů zelené barvy. První časová zóna zobrazuje prostor, kam je možné se dopravit autobusem po silnici z Prahy do 45 minut, další zóny jsou poté odstupňovány po 30 minutách. Jako předpoklady pro spočítání těchto zón byly brány v úvahu následující rychlosti: dálnice a rychlostní komunikace – 120 km/h, silnice I. třídy 90 km/h, silnice II. třídy – 60 km/h a silnice III. třídy (okresní) – 30 km/h. Dále jsou v mapě zobrazeny památkové objekty. Body znázorňující památkové objekty jsou velikostně rozlišeny podle návštěvnosti a barevně rozlišeny podle stupně památkové ochrany. Velikost bodů je rozlišena do šesti kategorií, kde nejmenší bod značí nejmenší počet návštěvníků za rok. Jako reprezentativní rok byl brán opět rok 2007. Stupeň památkové ochrany je rozlišen barvami do třech kategorií – UNESCO, Národní kulturní památka (NKP) a kulturní památka (KP). Jako podklad byly zvoleny silniční síť Česka a obce Česka. Pro větší přehlednost byly zobrazeny pouze dálnice, rychlostní komunikace a silnice III. třídy.

4. Fakultativní výlety z Prahy

4.1 Cestovní ruch Česka a Prahy

Cestovní ruch Česka zaznamenal po roce 1989 významný rozvoj. Důvodem byla změna politického i ekonomického režimu, přechod na tržní hospodářství, demokratizace společnosti a uvolnění hranic (Ševčenkova 2007). Významný rozvoj zaznamenal nejen výjezdový CR, ale i CR příjezdový. Od roku 1989 dochází k růstu počtu zahraničních návštěvníků až do roku 2007 s výjimkou několika propadů (viz graf č. 1). První propad byl zaznamenán v roce 2000 (tento propad může být částečně ovlivněný i metodickými změnami ve sběru dat ČSÚ – viz kapitola č. 3). V tomto roce se v Praze konaly významné mezinárodní akce – zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky. Propad byl nejspíše způsoben obavou z problémů, které by tyto akce mohly v Praze způsobit.

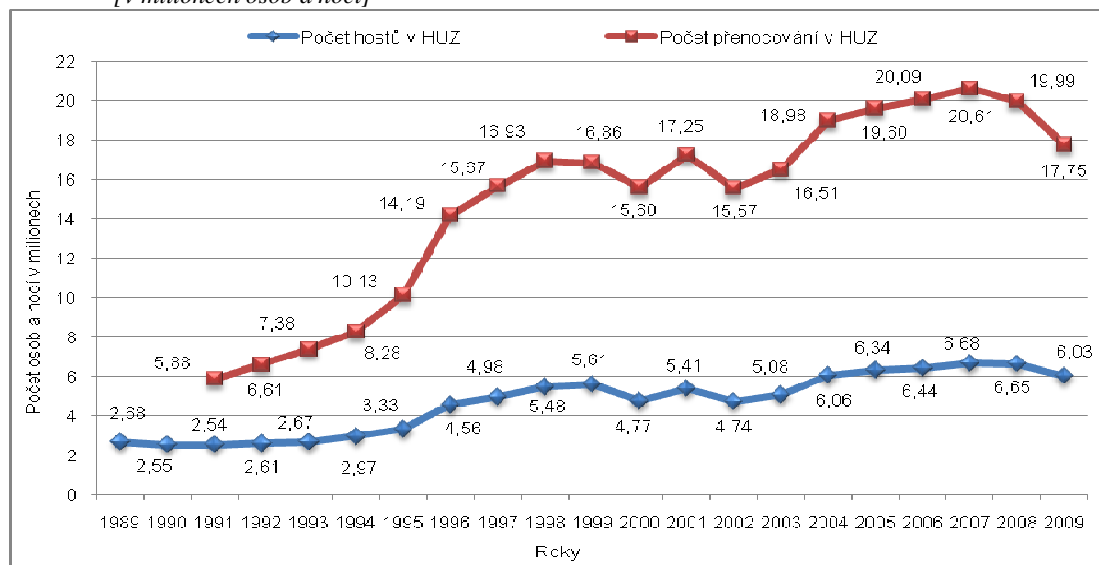
K dalšímu propadu došlo v roce 2002. Tento pokles byl způsoben světovými politickými událostmi a přírodními katastrofami. V září roku 2001 došlo k teroristickým útokům v New Yorku. Turisté, především ze vzdálenějších zemí, se obávali dalších útoků a celosvětově došlo k poklesu CR. V srpnu roku 2002 bylo Česko postiženo povodněmi. V roce 2003 byl celosvětový CR ovlivněn epidemií nemoci SARS a válečným konfliktem v Iráku (ČCCR 2004). Česko ale zaznamenalo nárůst počtu zahraničních turistů oproti roku 2002, počet zahraničních turistů byl však nižší než v roce 2001.

V roce 2004 dochází k výraznému růstu zahraničních turistů (téměř o milion více než v roce 2003). Růst dále pokračuje až do roku 2007, kdy se v Česku ubytovalo celkem 6 679 704 zahraničních turistů.

Od roku 2008 dochází k poklesu, důvodem je počínající ekonomická krize, která dále vrcholí v roce 2009. Mezi roky 2008 a 2009 došlo k poklesu o 8,5 % (Ulrych 2010). Během hospodářské recese je ekonomika nestabilní, dochází ke zvýšení nezaměstnanosti a lidé snižují své celkové výdaje. V této souvislosti dochází i ke snížení výdajů na CR, lidé cestují na kratší vzdálenosti, často jen v rámci své země, čímž dochází k poklesu příjezdového CR a k růstu domácího CR. Ekonomická krize postihla CR celosvětově, v Evropě došlo k poklesu turistů o 6 %, v Asii a Tichomoří o 2 % a v Americe o 5 % (BusinessInfo.cz 2010). Prognóza na rok 2010 také není příliš přívětivá. Podle agentury Mag consulting čeká Česko snížení oproti roku 2009 o dalších 2-5 % v počtu příjezdů zahraničních turistů do HUZ (Mag Consulting 2010).

Vývoj počtu přenocování zahraničních hostů mezi roky 1989 až 2009 v celku kopíruje počet zahraničních hostů v HUZ v tomto období. V roce 2002 došlo oproti roku 2001 k propadu v počtu přenocování o více jak 1,5 milionu nocí (o 7,5 %), v počtu zahraničních hostů došlo k poklesu přibližně o 0,5 milionu (o 15 %). V roce 2008 došlo k meziročnímu poklesu v počtu zahraničních hostů o 30 tis. (0,5 %), ale v počtu přenocování byl pokles o 60 tis. nocí (o 3 %). Z toho vyplývá, že v roce 2002 se sice ubytovalo v Česku méně turistů, ale strávili zde v průměru více nocí (o 0,3 noci). V roce 2008 však poklesla nejen návštěvnost v ubytovacích zařízeních, ale i průměrná délka jejich pobytu.

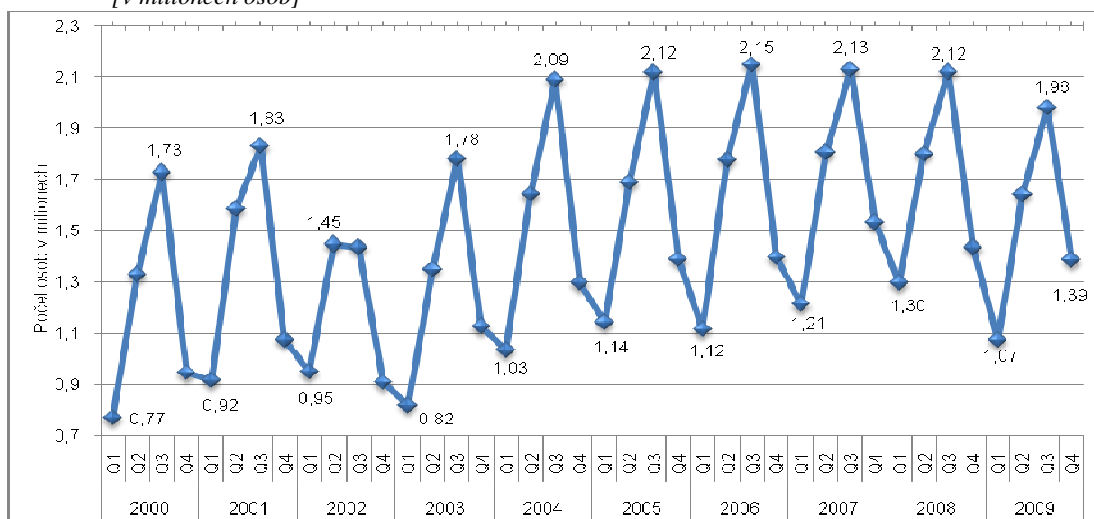
Graf č. 1: Počet zahraničních hostů a počet jejich přenocování v HUZ v ČR za roky 1989 – 2009 [v milionech osob a nocí]



Zdroj: ČSÚ a FSÚ

CR Česka vykazuje výraznou sezónní závislost (viz graf č. 2). Nejvíce turistů přijíždí do Česka v letních měsících – červen, červenec, srpen a září. V grafu č. 2 je možné vidět i výrazné změny spojené se dvěma největšími propady. Pokles v roce 2002, kdy došlo v během letní sezóny k propadu o 400 tis. zahraničních hostů oproti letní sezóně předchozího roku, a pokles v roce 2009, kdy došlo k propadu oproti letní sezóně roku 2008 o přibližně 200 tis. hostů.

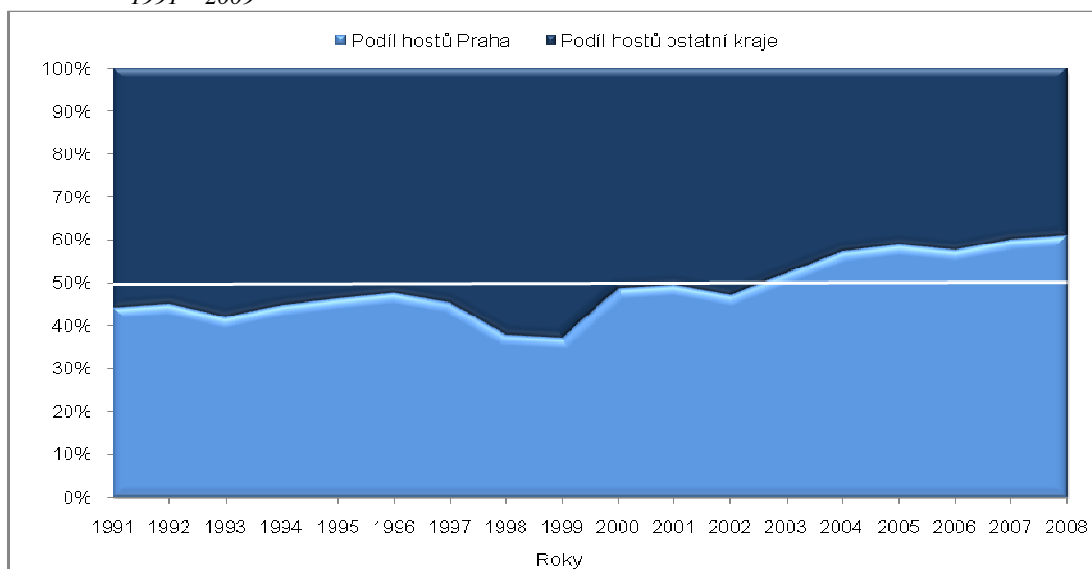
Graf č. 2: Počet zahraničních turistů v HUZ v ČR za období 1. čtvrtletí 2000 – 3. čtvrtletí 2009
[v milionech osob]



Zdroj: ČSÚ

Postavení Prahy v rámci zahraničního CR Česka je dominantní. Z dlouhodobého hlediska přijíždí do Prahy přibližně polovina zahraničních turistů Česka (viz graf č. 3). Od roku 2002 dochází ke zvyšování poměru CR Prahy ke zbytku republiky. V roce 2008 se ubytovalo v HUZ Prahy 61 % zahraničních turistů. Přestože snižování poměru počtu zahraničních turistů Prahy ku počtu zahraničních turistů ostatních krajů je již dlouhodobě prioritou č. 1 v Konceptu státní politiky CR (MMR ČR 2007), z tohoto grafu je zřejmé, že k plnění této priority nedochází.

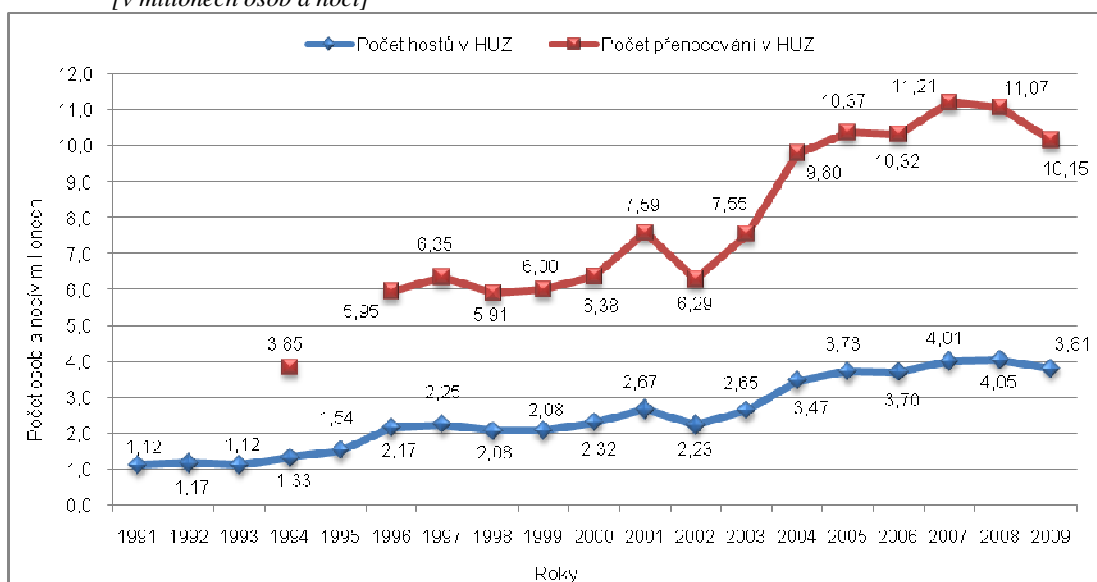
Graf č. 3: Vývoj poměru zahraničních hostů ubytovaných HUZ Prahy a HUZ ostatních krajů za roky 1991 – 2009



Zdroj: ČSÚ a FSÚ

CR Prahy zaznamenává přibližně stejný vývoj jako CR celého Česka (viz graf č. 4). V letech 1998 a 1999 došlo k mírnému poklesu počtu zahraničních turistů Prahy ve prospěch ostatních krajů. Od roku 1999 dochází k jeho růstu až do roku 2001, kdy se v HUZ Prahy ubytovalo 2 670 884 zahraničních hostů (ČSÚ 2010). V roce 2002 došlo vzhledem k povodním k meziročnímu poklesu o 15 %. Tento pokles byl v Praze výraznější než pokles v rámci celého Česka. Povodně totiž v Praze dosáhly úrovně tisícileté vody, která zcela znemožnila přístup do centra a tím i přístup k nejnavštěvovanějším místům v Praze. Povodně navíc Prahu zasáhly v období turistické sezóny. Velké množství turistů v této souvislosti zrušily návštěvu Prahy plánovanou na období konce léta a začátku podzimu. Od roku 2003 dochází k opětovnému růstu zahraničních turistů až do roku 2008. V roce 2008 Praha zaznamenala spíše stagnaci, ubytovalo se zde pouze o 40 tis. zahraničních hostů více oproti roku 2007. V počtu přenocování zahraničních hostů došlo k podobnému vývoji jako u počtu ubytovaných hostů. Pokles mezi roky 2001 a 2002 byl přibližně o 300 tis. nocí. Zajímavější je vývoj mezi roky 2007 a 2008. Zatímco počet zahraničních hostů v HUZ vzrostl, absolutní počet jejich přenocování klesl (přibližně o 1 %). To znamená, že se v Praze v roce 2008 sice ubytovalo více zahraničních hostů než v roce 2007, ale strávili zde v průměru méně nocí. V roce 2009 dochází k poklesu jak zahraničních hostů, tak i ke zkrácení délky jejich pobytu (viz graf č. 4).

Graf č. 4: Počet zahraničních hostů a počet jejich přenocování v HUZ v Praze za roky 2000 – 2009
[v milionech osob a nocí]

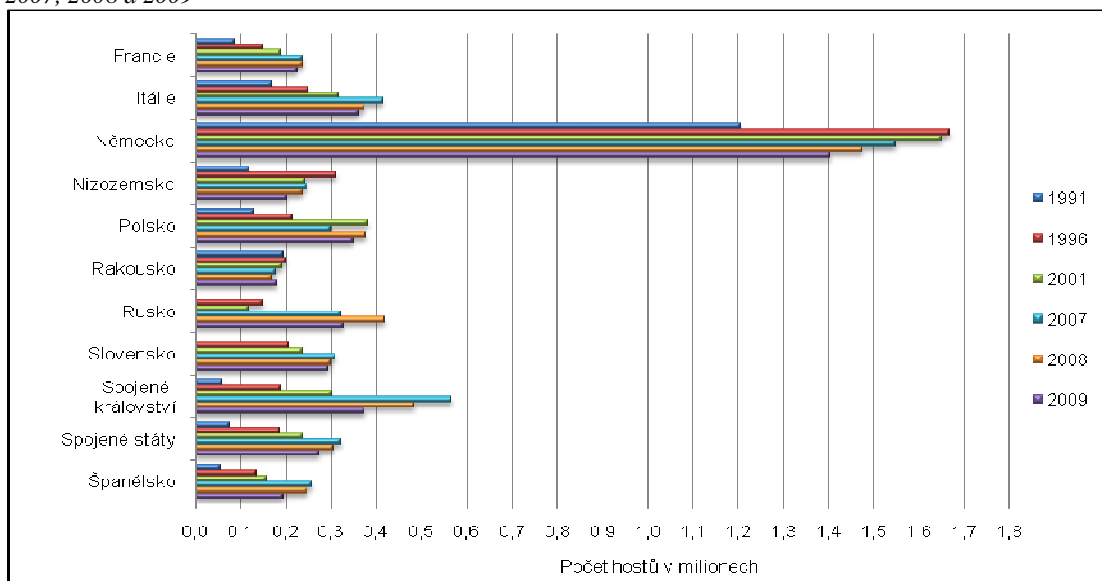


Poznámka: údaje v počtu přenocování za roky 1991, 1992, 1993 a 1995 nejsou k dispozici

Zdroj: ČSÚ a FSÚ

Při pohledu na strukturu zahraničních turistů můžeme konstatovat, že se v Česku ubytuje v průměru nejvíce Němců, Britů a Italů (viz graf č. 5). U většiny zahraničních turistů došlo k vrcholu počtu jejich návštěv v roce 2007 a poté k poklesu. K největšímu poklesu mezi roky 2007 a 2009 došlo u britských (o 34 %), španělských (24 %) a nizozemských turistů (o 18 %). V absolutních číslech byl pokles největší u turistů ze Spojeného království (o 191 121 hostů), Německa (o 144 945 hostů) a Španělska (o 61 854 hostů), dále ubylo i hostů z Itálie, Spojených států, Nizozemska, Francie a Slovenska. Zajímavý je vývoj turistů z Rakouska, kterých se v Česku v roce 2009 ubytovalo o 8 960 hostů více než v roce 2008.

Graf č. 5: Vývoj počtu zahraničních hostů v HUZ v ČR podle státní příslušnosti za roky 1991, 1996, 2001, 2007, 2008 a 2009



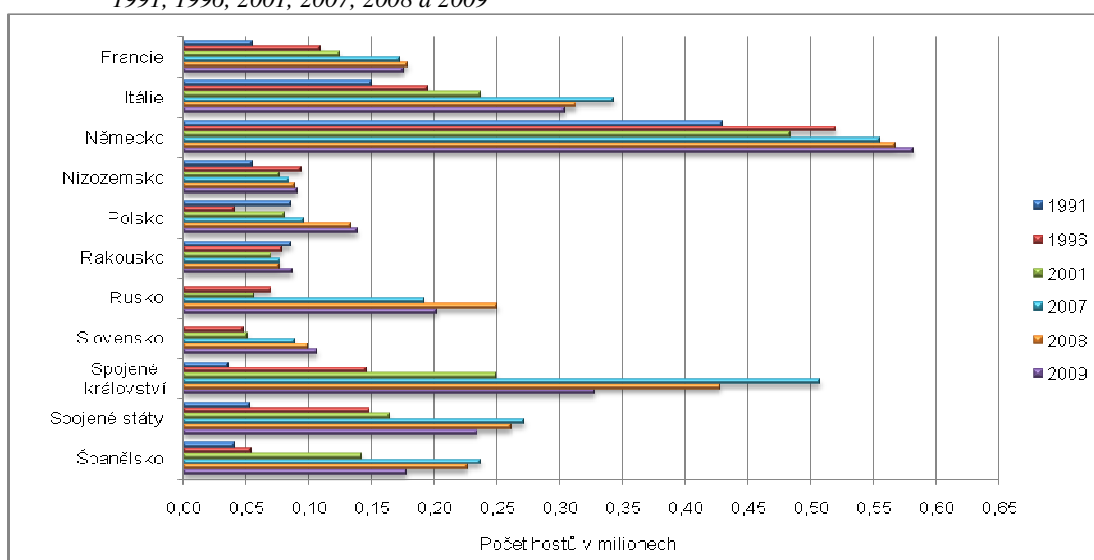
Poznámka: údaje za Slovensko a Rusko za rok 1991 nejsou k dispozici

Zdroj: ČSÚ a FSÚ

Prahu navštěvují nejvíce, stejně jako celé Česko, turisté z Německa, Spojeného království a Itálie (viz graf č. 6). Dále ale následují Američani, kteří jsou v rámci celého Česka až na 7. místě, Španělé a Francouzi. Naopak nejméně jezdí do Prahy slovenští, rakouští a nizozemští turisté. Vývoj návštěvnosti Prahy je různý u turistů z různých zemí. V podstatě by je bylo možno rozdělit do dvou skupin. U turistů, kteří přijíždějí do Prahy v průměru méně, došlo v posledních třech letech k růstu. Naopak u turistů, kteří mají v průměru největší návštěvnost Prahy, došlo k poklesu. Významný pokles mezi roky 2007 a 2009 byl zaznamenán u turistů ze Spojeného království (o 35 %), Španělska (o 25 %), Spojených států (o 14 %) a Itálie (o 12 %). Naopak k nárůstu mezi těmito roky došlo

u polských (o 45 %), slovenských (o 20 %) a rakouských turistů (o 15 %). Dále došlo ke zvýšení návštěvnosti HUZ Prahy u turistů z Německa, o 5 % mezi roky 2007 a 2009 (o 270 220 turistů). Tento vývoj, jak již bylo řečeno výše, byl způsobený celosvětovou ekonomickou krizí a potvrzuje i trend, že lidé v tomto období cestují na kratší vzdálenosti. K růstu návštěvnosti došlo totiž především u hostů ze sousedních zemí Česka, naopak u hostů ze vzdálenějších zemí byl zaznamenán výrazný pokles. Zároveň došlo i k poklesu zájmu zahraničních turistů o Česko jako destinaci CR a jejich zájem byl přesunut více na východ, do levnějších destinací (např. Pobaltí).

Graf č. 6: Vývoj počtu zahraničních hostů v HUZ v Praze podle státní příslušnosti za roky 1991, 1996, 2001, 2007, 2008 a 2009



Poznámka: údaje za Slovensko a Rusko za rok 1991 nejsou k dispozici

Zdroj: ČSÚ a FSÚ

4.2 Vymezení fakultativních výletů

Pro lepší uchopitelnost a porozumění CR byla vytvořena typologie CR. „Typologií CR rozumíme soubor různých účelových členění vztahů a jevů vyplývajících z cestování a pobytu osob“ (Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008, s. 28). Jsou rozlišovány druhy, formy a typy (viz tab. č. 1). „Druhy zohledňují převážně jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských či jiných podmínkách“ (Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008, s. 30). Dle místa realizace, kterým je v tomto případě Česko, se jedná o vnitřní CR. Vzhledem k původu účastníků spadají FV do zahraničního CR a dle vztahu k platební

bilanci státu hovoříme o CR aktivním. Dalšími kritérii této typologie jsou počet účastníků, délka trvání, způsob zabezpečení průběhu a způsob financování. Pro FV je typické, že jsou organizovány CK nebo CA (organizovaný CR). Dalším důležitým kritériem, který FV vymezuje od ostatních druhů CR, je délka jeho trvání. Ta je kratší než jeden den, jedná se tedy o výletní cestovní ruch. FV jsou většinou organizovány ve větších skupinách (CR kolektivní), ale mohou být zajištěny i soukromé cesty (CR individuální). Způsob financování je většinou volný, účastník si náklady hradí sám (volný, komerční CR).

Tabulka č. 1: Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch		
Druhy CR	Formy CR	Typy CR
<ul style="list-style-type: none"> • Dle místa realizace • Dle původu účastníků • Dle vlivu na matební bilanci • Dle počtu účastníků • Dle délky trvání • Dle způsobu zabezpečení • Dle způsobu financování • Dle převahy místa pobytu • Dle věku účastníků 	<ul style="list-style-type: none"> • Rekreační CR • Kulturní CR • Společensky orientovaný CR • Sportovní CR • Ekonomicky orientovaný CR • Specificky orientovaný 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivní CR • Incentivní CR • Poznávací CR • Venkovský CR • Veletržní a kongresový CR • Lázeňský a rekreační CR • atd.

Zdroj: Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008

„Formy CR jsou odvozeny zejména od motivace návštěvníků a vystihují charakter trávení času ze strany účastníka“ (Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008, s. 31). Podle nabídky jednotlivých CK a CA zabývajících se FV se zde primárně jedná o cestovní ruch kulturní či kulturně-poznávací (viz příloha č. 3). Tato forma CR však může být doplněna o další formy např. o sportovní CR (výlet na Karlštejn na kole) nebo o nějaké specifické formy (např. nákupní CR).

Typy CR „... lze charakterizovat jako soubor aktivit CR majících konkrétní podobu a určitý svébytný charakter“ (Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008, s. 32). Jsou podřazené druhům a odvíjí se od motivace účastníků. Typů je velké množství a stále vznikají nové v reakci na nové trendy v CR. FV spadají především do CR poznávacího. V rámci tohoto typu CR ruchu můžeme vyčlenit tři základní skupiny – návštěvy kulturně-historických památek, návštěvy kulturních zařízení a poznávání kulturních krajín (Němčanský 1999, cit. v Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008). V publikaci Návrh nové rajonizace cestovního ruchu České republiky (Vystoupil, Holešnická, Kunc, Šauer 2007) byl hodnocen kulturně-historický potenciál Česka. Každé kulturně-historické aktivitě zde byla přidělena určitá váha na základě

3 kritérií: časová neměnnost, stupeň ochrany a počet návštěvníků. Kulturně-historické atraktivity byly rozděleny do čtyř kategorií: kulturně-historické památky, kulturní zařízení, společenské akce a lázeňství. Dále došlo k součtu vah v jednotlivých obcích a byly vytvořeny 4 kategorie. Do kategorie kulturně-historických památek spadají architektonické objekty (městská historická jádra, zámky, hrady aj.), technické památky (vodní stavby, mlýny, mosty, pily apod.), sakrální stavby (chrámy, kostely, katedrály, rotundy, kláštery apod.), objekty lidové architektury atd. Kulturní zařízení jsou např. divadla, kina, galerie, planetária, muzea, hvězdárny atd. Společenské akce a lázeňství spadají do jiných typů CR a proto zde dále uváděny nebudou. Závěrem hodnocení tohoto potenciálu bylo vytvoření 4 kategorií (jak již bylo uvedeno výše) – obce s mezinárodním významem, kam byla zařazena pouze Praha, obce s národním významem, kde bylo zařazeno 34 obcí, obce s regionálním významem (334 obcí) a obce s lokálním významem. Z tohoto šetření plyne, že Česko má poměrně velký potenciál pro tento typ CR, „... jelikož právě kulturně-historické památky mají významný motivační vliv na migrační pohyb účastníků CR, a to jak v mezinárodním tak domácím měřítku. Klíčovým motivačním impulsem k CR zaměřeného na kulturně-historické památky je především seznámení se s historií, architekturou a kulturou konkrétního území“ (Vystoupil, Holešnická, Kunc, Šauer 2007, s. 16). Což je také hlavním motivem pro FV z Prahy (viz příloha č. 4).

4.3 Organizace fakultativních výletů

Jak již bylo napsáno výše jsou FV organizovány CK nebo CA. CK „... je organizace, která nabízí, rezervuje a prodává vlastní zájezdy, zájezdy připravené jinými CK a další služby CR individuálním zájemcům a jiným CK. Na rozdíl od CA mohou být smlouvy o prodeji zájezdu individuálnímu zákazníkovi uzavřeny jejím jménem u zájezdů, které sama připravila“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 44). Naproti tomu je CA „... organizace prodávající zájezdy vytvořené CK. Individuálnímu zákazníkovi může CA prodávat jednotlivé služby CR a zájezdy pouze jako zprostředkovatel CK.“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 44). V této definici CA je ale zásadní nepřesnost, jelikož podle zákona č. 159/1999 Sb., může CA nabízet a prodávat jednotlivé služby CR. Tudíž je CA omezena pouze v případě nabídky a organizace zájezdu. Zájezdem se podle zákona č. 159/1999 sb. „... rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb [doprava, ubytování, jiné doplňkové služby] je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li

služba poskytována na dobu přesahující 24 hodin nebo když zahrnuje ubytování přes noc“. FV není zájezdem ale výletem, protože nepřesahuje dobu 24 hodin ani ubytování přes noc.

CK a CA lze rozdělit podle různých hledisek do několika kategorií. Podle územního hlediska dělíme CK a CA na mezinárodní, celostátní, regionální a místní. Podle klientely rozlišujeme příjezdové a výjezdové CK a CA a podle počtu zaměstnanců na velké, střední a malé. Poslední hledisko je oblast zaměření, to rozděluje CK a CA na obecné a specializované (Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská, Szczyrba 2008).

Firmy nabízející FV z Prahy jsou příjezdové CK a CA. Jejich hlavní klientelou jsou zahraniční návštěvníci, neboť domácí turisté těchto služeb většinou nevyužívají. Důvodem jsou nejen vysoké ceny daných výletů, ale také to, že se domácí turisté dokáží v Česku lépe orientovat a do dané destinace jsou schopni se dopravit sami. FV nabízejí většinou malé CK a CA a jejich klientelou jsou převážně zahraniční turisté. Zaměření těchto CK a CA je všeobecné v rámci příjezdového CR neboli poskytují širší sortiment služeb. Do těchto služeb patří ubytování, doprava, průvodcovská činnost, prodej a organizace zájezdů a výletů, zprostředkování vstupenek na kulturní akce, provozování a organizace sportovních akcí, kongresový CR, lázeňský CR aj. FV jsou produktem CK a CA, který v sobě zahrnuje tři druhy služeb – organizaci a prodej výletu, dopravu a průvodcovskou činnost. Dále mohou být doplněny o prodej vstupenek (do kulturních památek, technických památek aj.), stravovací služby, služby spojené s aktivní turistikou apod.

Z výčtu příjezdových CK a CA (viz kapitola č. 3) bylo vybráno 29 firem, které nabízejí FV z Prahy (viz příloha č. 4). Z těchto firem je 14 CA a 12 CK (u zbytku firem nebylo možné zjistit zda se jedná o CK či CA). Tyto firmy zabezpečují FV z Prahy přímo nebo jsou zprostředkovateli těchto výletů. Oblastí jejich působení je buď pouze Praha anebo celé Česko s důrazem na Prahu. Většina zmíněných firem se zabývá třemi oblastmi služeb – dopravou, průvodcovskou činností a nabídkou, popřípadě organizací, výletů. Další často nabízenou službou je ubytování. Každá z firem má své vlastní internetové stránky na nichž se prezentuje (viz příloha č. 3). Internetové stránky jsou tématicky rozdělené podle nabízených služeb s odkazy na kontaktní údaje (adresa, telefonní číslo a emailová adresa) a na rezervaci nabízených služeb. Odkazy na fakultativní výlety, jsou buď v záložce „excursions“, „trips“, „tours“ nebo „sightseeing“. Výlety mimo Prahu bývají často ve stejné záložce jako výlety po Praze. Nabídka výletů se skládá z výčtu jednotlivých výletů, popisu daného výletu (historie památek a zajímavosti) a popisu organizace výletu (cesta, co bude navštíveno). Tyto informace dále bývají doplněny o cenu, délku trvání výletu, čas a místo odjezdu a informace o tom, co je zahrnuto v ceně výletu. Výlety jsou

organizovány buď pravidelně nebo individuálně. Zatímco pravidelně organizované výlety mají přesnou dobu odjezdu a jednotnou cenu, individuálně pořádané výlety jsou tzv. ušity na míru zákazníkovi. Doprava, cena a čas a místo odjezdu jsou stanoveny zákazníkem. Podle velikosti skupiny, která si individuální výlet zakoupí, je odstupňována cena výletu a velikost dopravního prostředku. Zatímco u malých skupin je doprava zajištěna osobním automobilem nebo mikrobusem, větší skupiny jezdí autobusem. Cena se s rostoucí velikostí skupiny snižuje. Dále je v rámci individuálního výletu zajištěn průvodce. Většina firem nabízí studentské slevy a slevy pro děti a větší skupiny lidí (Martin Tour od 20 lidí). Slevy pro seniory nabízeny nejsou.

Z těchto 29 CA a CK byly vybrány dvě firmy, jejichž spektrum činností považují za reprezentativní. Těmito firmami je Martin Tour (CA) a Premiant Tour (CK). Velké množství zmiňovaných firem spolupracuje právě s těmito firmami (nabízejí výlety, které jsou organizovány právě těmito firmami). Tyto CA/CK nabízejí exkurze po Praze a výlety z Prahy. Martin Tour nabízí 7 FV z Prahy, z toho dva výlety na zámky (Karlštejn, Konopiště), 3 výlety do měst (Karlovy Vary, Kutná Hora, Český Krumlov), jeden tematický výlet (sklárna Nižbor) a výlet do Terezína. Premiant Tour organizuje 12 FV z Prahy – 3 výlety na zámky (Karlštejn, Konopiště, Karlštejn a Konopiště), 3 výlety do měst (Karlovy Vary, Kutná Hora, Český Krumlov), 4 tematické výlety (Škodovka v Mladé Boleslavi, sklárna v Nižboru, večere ve středověkém stylu v Dětenicích, pivovar v Plzni spojený s prohlídkou Koněpruských jeskyň) jeden výlet se sportovní tematikou (výlet na kole na Karlštejn) a výlet do Terezína. Ceny výletů se pohybují od 800 do 1800 Kč. Pro platbu jsou přijímány platební karty Visa, American Express, Eurocard-Master Card, Diners Club a JCB, dále je možno platit v hotovosti v eurech nebo českých korunách. Doprava je zajišťována firemními autobusy s logem CA/CK. V rámci každého výletu je zajištěn průvodce. Průvodci nejsou zaměstnanci těchto firem, ale jsou najímáni pro konkrétní výlety. Každý z průvodců mluví alespoň třemi světovými jazyky.

Propagace firem probíhá na několika úrovních. První je rozmístění prodejních stánků v centru Prahy. Martin Tour má 5 stánků – uprostřed Václavského náměstí, v ulici Melantrichova, na Staroměstském náměstí, v ulici Na Příkopěch, a na Náměstí republiky (stánek Na Příkopěch byl pro sezónu 2010 uzavřen). Premiant Tour má 3 stánky (v ulici Národní, na Staroměstském náměstí a v ulici Na Příkopěch). Každý stánek nese viditelný název firmy a je na něm heslovitě zobrazeno, co nabízejí („Prague tours“, „Excursions“). Dále je u nich postavená tabule s nabídkou nebo je nabídka napsaná přímo na stánek. Nabídková tabule obsahuje výčet výletů, cenu výletu, délku trvání výletu a stručný popis.

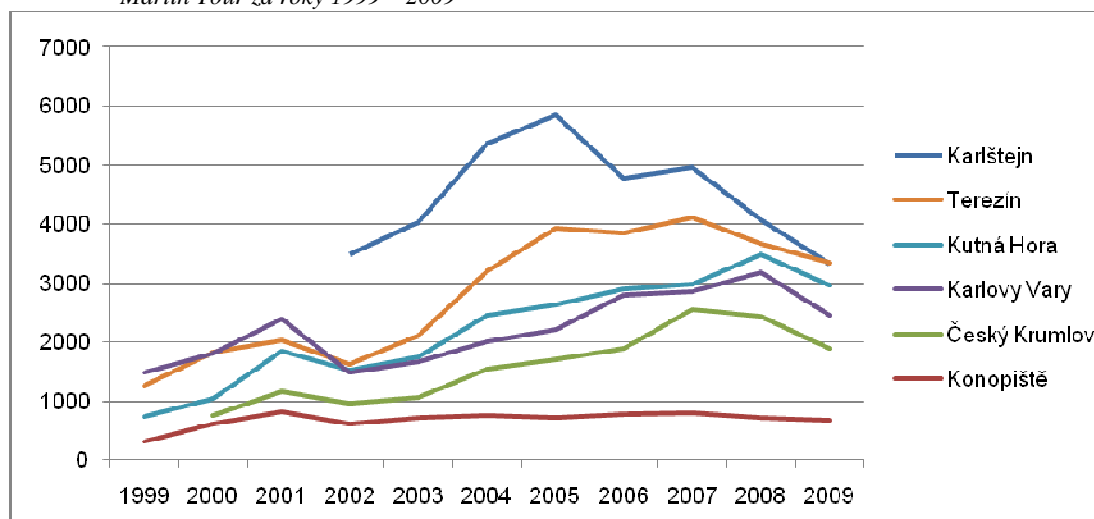
Tabule jsou v anglickém jazyce. Stánky jsou otevřeny od 9:00 do 16:00 (od října do května) nebo 18:00 (od června do září). Druhá úroveň prezentace probíhá pomocí internetových stránek a propagačních letáků. Propagační letáky obsahují výčet výletů, jejich cenu, stručný popis, dobu trvání výletu, místo a dobu odjezdu, druh dopravy, ve kterých dnech jsou výlety organizovány a informace o tom, co je zahrnuto v ceně výletu. Výlety jsou popsány v šesti jazycích – anglicky, německy, rusky, španělsky, italsky a francouzsky – z těchto zemí přijíždí do Prahy nejvíce turistů (viz graf č. 6). Dále se v letáku nachází mapa prodejních stánků, vzhled stánku, adresy, telefon, internetové stránky, jaké přijímají platební karty a datum platnosti letáku. Propagační letáky je možné získat v prodejních stáncích, hotelech a informačních centrech.

Třetí úrovní propagace těchto firem je spolupráce s dalšími subjekty CR. Martin Tour a Premiant Tour spolupracují jak se zahraničními výjezdovými, tak domácími příjezdovými CK a CA. Premiant Tour spolupracuje ze zahraničních firem především s velkými britskými CK jako je Guliver a Thomas Cook. Kontakty s těmito firmami navazují na veletrzích v Londýně, které podle jejich slov, považují za velice přínosné. Martin Tour spolupracuje např. s japonskou firmou Miki Travel. Obě firmy také spolupracují s britskou firmou Prague Experience, která má svou pobočku v Praze a také nabízí exkurze po Praze. Z českých příjezdových CA a CK aktivně spolupracuje Martin Tour s 20-30 firmami a Premiant Tour s 60-100 firmami. Další spolupráce probíhá s pražskými hotely (přibližně 300), kde jsou na recepci umístěny propagační letáky. Recepční dostávají za sprostředkování výletu provizi. Dále spolupráce probíhá mezi třemi největšími CK a CA, které nabízejí FV z Prahy – mezi firmami Martin Tour, Premiant Tour a Prague Sighseeing. Představitelé těchto firem pořádají pravidelné schůzky, na nichž probírají možnou spolupráci, ceny zájezdů, nabídku nových i stávajících produktů apod. Obě tyto firmy jsou zároveň členy ACK ČR i AČCKA.

4.4 Nabízené fakultativní výlety z Prahy

Výlety jsou půldenní nebo celodenní, doprava je zajištěna autobusem nebo mikrobusem dané CK nebo CA. Odjezdy jsou organizovány buď z centra Prahy (Staroměstské náměstí, Náměstí republiky, ulice Národní) nebo přímo z hotelu zákazníků v ranních hodinách (v 8-11 hod., podle vzdálenosti cílové destinace). Výlety, ve kterých je na programu návštěva hradu nebo zámku, nejsou zajišťovány v pondělí, protože nejsou zpřístupněny placené části hradů a zámků a tudíž neprobíhají ani prohlídky (viz příloha č. 4). V rámci každého výletu je zajištěna doprava do cílové destinace, průvodce, organizovaná prohlídka (hradu, zámku nebo města), volný program a doprava zpět do centra Prahy nebo do hotelu. Součástí některých výletů je i oběd. Většina CK a CA nabízejí 3 druhy výletů – výlety na hrady, zámky a pomníky (Karlštejn, Konopiště, Hluboká, Křivoklát, Zvíkov, Orlík, Terezín, Lidice apod.), historická centra měst (Karlovy Vary, Český Krumlov, Kutná Hora, České Budějovice, Telč aj.) a tematické výlety (sklárna Nižbor, večere v Dětenicích, Škoda Mladá Boleslav, pivovar Velké Popovice atd.).

Graf č. 7: Vývoj počtu účastníků fakultativních výletů z Prahy organizovaných cestovní agenturou Martin Tour za roky 1999 – 2009



Poznámka: FV na Karlštejn jsou organizovány od roku 2002 a do Českého Krumlova od roku 2000

Zdroj: Martin Tour

Výlety na hrady a zámky bývají půldenní zájezdy a cílové destinace se nacházejí většinou ve Středočeském kraj. Součástí výletu je doprava, průvodce a vstup do hradu či

zámku s průvodcem. Nejčastěji jsou nabízeny výlety na hrad Karlštejn a zámek Konopiště, popřípadě výlet na Karlštejn i Konopiště zároveň. Karlštejn je nejvíce navštěvovaný hrad v Česku, v roce 2009 byla jeho návštěvnost 222 216 osob (Pomykal, ČCCR 2010). Podle agentury Martin Tour je také nejvíce kupovaným výletem z Prahy. Naopak zámek Konopiště, který v roce 2008 navštívilo 150 141 turistů (NIPOS 2009), je podle CA Martin Tour nejméně kupovaným výletem z Prahy (viz. graf č. 7). Důvodem je nejspíše nedostatečná znalost zahraničních turistů daného místa. V rámci prohlídek jednotlivých hradů a zámků bývá problém s jazykovou vybaveností místních průvodců. Organizované prohlídky probíhají většinou pouze v anglickém a českém jazyce (výjimečně je nabízen výklad v ruštině a němčině). Na hradě Karlštejn je možnost tlumočení vlastním průvodcem, na zámku Konopiště je možné získat za příplatek tištěný text v různých jazycích. Hrady ani zámky však nenabízejí zvýhodněné vstupné pro větší skupiny. V případě tlumočení probíhá prohlídka ve dvou fázích – první skupina turistů, kteří rozumí anglicky, jde s místním průvodcem, druhá skupina jde s místním průvodcem, který přednáší v češtině a s průvodcem CA či CK, který tlumočí. Tím ovšem dochází ke zbytečné ztrátě času a platbě jednoho průvodce navíc. Tištěné materiály rozhodně nejsou dostatečným řešením tohoto problému, navíc cena 30 Kč je poměrně vysoká. Řešením by bylo buď rozšíření jazykových dovedností místních průvodců (výběr alespoň ze 6 světových jazyků) nebo systém mluvících panelů (dopředu namluvený text, jehož části spouští v příslušném místě prohlídky). Dále je nabízen výlet do Terezína, který zahrnuje vstup do Malé pevnosti, Muzea ghetta a bývalých Magdeburských kasáren. Průvodcovský výklad zde probíhá v pěti světových jazycích – angličtině, němčině, francouzštině, italštině a ruštině. Jsou poskytovány slevy pro děti, studenty, rodiny a skupiny nad 30 lidí. V rámci prohlídky Malé pevnosti je promítán i film dokumentující období 2. světové války, kdy byla Malá pevnost věznicí pražského gestapa a Velká pevnost sloužila jako židovské ghetto (www.pamatnik-terezin.cz).

Výlety do měst jsou organizovány většinou jako celodenní výlety. Součástí je doprava, průvodce, prohlídka města, vstup do památek či muzeí a oběd. Nejčastějšími cíli těchto nabízených výletů jsou města Kutná Hora, Karlovy Vary a Český Krumlov. U CA Martin Tour je nejvíce kupovaný výlet do Kutné Hory, který je spojen s návštěvou Kostnice v Sedlci. Důvodem je nejspíše dobrá dostupnost z Prahy (do 40 minut) a velké množství kulturních památek (Chrám sv. Barbory, Vlašský dvůr, historické centrum), které jsou často navštěvovány (viz příloha č. 4). Výlet do Karlových Varů zahrnuje navíc hodinovou prohlídku sklárny Moser a vstup do otevřeného termálního bazénu v Hotelu

Thermal. CA Martin Tour má zajištěnou speciální slevu na vstup do sklárny (sleva 50 %) a parkování zdarma u Hotelu Thermal. Výlet do Českého Krumlova zahrnuje návštěvu hradu, prohlídku města a oběd. Státní hrad a zámek Český Krumlov také nenabízí speciální slevy pro skupiny, je zde možnost tlumočení nebo zapůjčení textu k prohlídce v češtině, němčině, angličtině, francouzštině, italštině, španělštině. Cizojazyčné prohlídky probíhají pouze v angličtině a němčině (www.castle.ckrumlov.cz). Obědy jsou předem nasmlouvané, cena se většinou pohybuje kolem 150 Kč a zahrnuje tři chody – předkrm, hlavní jídlo a zákusek. Nabízeny jsou poloviční porce pro děti, vegetariánské menu i menu pro diabetiky.

Z tématických výletů jsou nabízeny výlety do Nižborské sklárny, automobilky Škoda v Mladé Boleslavi a pivovaru Pilsner Urquell v Pzni, který je spojený s návštěvou Koněpruských jeskyní. Všechny tyto výlety jsou organizovány CK Premiant Tour. CA Martin Tour a Prague Sightseeing Tours nabízejí pouze výlet do Nižborské sklárny a to za provizi od CK Premiant Tour. Tyto výlety však nejsou příliš kupovány. ČCCR nyní připravuje nový národní produkt „Řemeslo žije“. V této souvislosti by mohlo dojít při správně mířené reklamní kampani daného produktu ke zvýšení zájmu zahraničních turistů o tyto druhy výletů. Projekt je zatím ve fázi přípravy a proto nejsou dostupné bližší informace o struktuře ani o propagaci tohoto národního produktu.

Z výletů, které byly dříve nabízeny, ale již nejsou, je možné jmenovat např. Telč. Tento produkt byl vytvořen všemi třemi CA/CK dohromady (Martin Tour, Premiant Tour a Prague Sightseeing Tours) a společně nabízen. Byl vytvořen v roce 2002 a byl nabízen dva roky. Výlet do Telče byl nakonec zrušen z důvodu malého zájmu. CK Premiant Tour nabízí tento výlet dál, ale pouze jako individuální výlet. V roce 2001 byl vytvořen výlet na zámek Hluboká nad Vltavou, který byl později spojen s výletem do Holašovic. Opět pro nepřítliš velký zájem byl v roce 2008 zrušen. Nyní je tento výlet nabízen pouze jako individuální. Nepřítliš velký zájem zahraničních turistů o tyto výlety nejspíše plyne z neznalosti daných míst a tedy nedostatečné prezentace daných oblastí ve světě. Důvodem však může být i větší vzdálenost daných míst od Prahy – více jak 2 hodiny (viz příloha č. 5 a 6). Oba výlety mají pro zahraniční turismus velmi dobré předpoklady – jsou zapsány na seznam kulturního dědictví UNESCO (Telč a Holašovice) a mají poměrně vysokou návštěvnost (viz příloha č. 5 a 6).

V turistické sezóně 2009 probíhalo vlastní šetření ve výše zmíněných cílových destinacích FV z Prahy. Přestože toto šetření nakonec nebylo shledáno statisticky významným, je možné uvést několik trendů, které byly během šetření zjištěny. Prvním

zjištěným trendem bylo, že během letní sezóny 2009 byl zaznamenán výrazný pokles zahraničních návštěvníků v těchto destinacích a to především na Karlštejně, Konopišti a v Kutné Hoře. Tento trend byl potvrzen i místními podnikateli v oblasti CR a tedy nebyl ovlivněn dnem, ve kterém bylo šetření prováděno. Dalším zjištěním bylo, že do těchto destinací přijíždějí nejvíce turisté ve středním věku (35-49 let) a to nejčastěji s partnerem, partnerkou, známými či příbuznými. Dále byly v těchto destinacích často potkávány větší organizované skupiny mladých turistů (16-21 let). Nejvíce dotazníků bylo sesbíráno v Českém Krumlově, kde byli zastoupení hlavně turisté z Německa, dále pak Japonci, Španělé a Italové. Přibližně 60 % dotázaných návštěvníků Českého Krumlova přijelo do tohoto města prostřednictvím CK (popřípadě CA) a téměř 10 % z těchto dotázaných bylo ubytováno v Praze. Velké množství zde dotázaných turistů uvedlo, že cestují z Vídně přes Český Krumlov do Prahy. Na otázku jaké destinace by chtěli ještě navštívit byly celkově uváděny odpovědi – Český Krumlov, Karlovy Vary, České Budějovice, Praha a někdy byla uváděna i Telč. Tato otázka byla otevřená a častým problémem bylo, že si turisté nemohli vzpomenout na názvy jednotlivých destinací Česka. Na otázku „co se Vám v tomto místě nejvíce líbí“ turisté většinou uváděli památky a okolí. Naopak nespokojeni byli turisté většinou s kvalitou služeb (jazyková vybavenost a otevírací doby památek).

Trendy postihnuté během vlastního terénního šetření v podstatě potvrzují trendy, které byly zjištěny během pohovorů s manažery CA Martin Tour a CK Premiant Tour. Tedy především nedostatečnou prezentaci jednotlivých destinací Česka v zahraničí a nedostatečnou kvalitu služeb, hlavně jazykovou vybavenost.

5. Hodnocení potenciálu destinací Česka pro fakultativní výlety z Prahy

Prvním hlediskem, který určuje potenciál dané destinace je časová dostupnost z Prahy, tzn. za jakou dobu je možné se dostat do daného cílového místa. V této souvislosti byla vytvořena pěti stupňová škála – 5 bodů do 45 min, 4 body do 75 min, 3 body do 105 min, 2 body do 135 min a 1 bod do 165 min. Dalším hlediskem je návštěvnost památkových objektů, která je brána v úvahu jako známka atraktivnosti daného objektu. Pro tuto analýzu byly použity památkové objekty, z toho důvody, že motivem turistů k navštívení Prahy je většinou poznání. V šetření ČCCR uvedlo poznání jako hlavní motiv k návštěvě Prahy téměř 50 % zahraničních turistů, 10 % poté uvedlo jako hlavní důvod odpočinek a po 8 % byly uvedeny nákupy a práce (ČCCR 2007). Údaje o návštěvnosti bylo možno získat pouze pro objekty se zpoplatněným vstupem. Do hodnocení byly zařazeny objekty s návštěvností vyšší než 40 000 za rok (výjimkou byla Basilika sv. Prokopa a zámek a areál na Zelené Hoře, které jsou zapsány na seznam světového dědictví UNESCO). Jako reprezentativní byl brán rok 2007, jelikož u roku 2008 velké množství údajů chybělo a pro rok 2009 nejsou data ještě k dispozici. Byla vytvořena opět pěti stupňová škála – 5 bodů do 300tis. návštěvníků za rok, 4 do 200 tis., 3 body do 100 tis., 2 body do 50 tis, a 1 bod. do 30 tis. Dále byl zohledněn stupeň památkové ochrany. NKP byly ohodnoceny jedním bodem a památky UNESCO dvěma body. Výsledky jsou zobrazeny v příloze č. 5. Jako potenciální destinace pro FV z Prahy byly vybrány památky s hodnocením sedm a vyšší. Pro prostorové zobrazení památek byla dále vytvořena mapa, kde je barevně odstupňována časová vzdálenost z Prahy. Dále jsou v mapě zobrazeny všechny památkové objekty, u kterých bylo možnost zjistit počet návštěvníků za rok 2007 (popř. 2008 viz. metodika). Památkové objekty jsou barevně rozlišeny podle stupně ochrany a velikostně rozlišeny podle počtu návštěvníků za rok (viz příloha č. 6).

V první zobrazené časové zóně se nacházejí památkové objekty, které jsou z Prahy dostupné do 45 min. Z hlediska návštěvnosti jsou významné kulturní památky, které se zde nacházejí, hrad Karlštejn, zámek a arboretum Průhonice, zámek Konopiště, hrad Český Šternberk, hrady Točnick a Žebrák a zámek Dobříš (viz příloha č. 5 a 6). Z těchto památek jsou dvě s památkovou ochranou NKP – zámek Konopiště a zámek Dobříš. FV z Prahy jsou nabízeny na zámek Konopiště, hrad Karlštejn a individuálně je nabízen i výlet na hrad Český Šternberk. Největší potenciál pro FV z Prahy mají zámek a arboretum Průhonice,

hrad Karlštejn a zámek Konopiště (9 bodů, viz příloha č. 5). Osm bodů v hodnocení získaly hrady Točnick a Žebrák a hrad Český Šternberk. Nejméně bodů v této oblasti získal zámek Dobříš, což je způsobeno poměrně nízkou návštěvností této památky (47 083 v roce 2008, viz příloha č. 6).

Druhá zóna zobrazuje dostupnost z Prahy od 45 do 1 hodiny 15 minut. Z hlediska návštěvnosti jsou významné památky Kostnice v Sedlci, Chrám sv. Barbory, Vlašský dvůr, zámek Kozel, hrad Trosky, hrad Kokořín, hrad Křivoklát, zámek Sychrov, zámek Dětenice, hrad Kost, hrad Bezděz, hrad Valdštejn, Věž sv. Bartoloměje a zámek Žleby. Nejlépe hodnocenou památkou z této skupiny je Chrám sv. Barbory, jehož návštěva je již nabízena v rámci FV Kutná Hora. Jeho vysoká návštěvnost je navíc umocněná i zařazením do památek světového dědictví UNESCO. Další nejvyšší známku získal zámek Kozel a hrad Trosky. Obě tyto památky mají průměrnou návštěvnost vyšší než 100 tis. za rok a mají známku NKP. Sedm bodů z celkového hodnocení dostaly v této zóně hrady Kokořín a Křivoklát a zámky Sychrov a Dětenice. Hrad Křivoklát a zámky Sychrov a Dětenice mají v průměru návštěvnost vyšší než 100 tis. za rok. Hrad Kokořín má sice nižší návštěvnost, ale má vyšší stupeň památkové ochrany (viz příloha č. 5).

Ve třetí časové zóně, která zobrazuje památky ležící od 1 hodiny 15 minut do 1 hodiny 45 minut, se nacházejí zámek Telč, hrad Frýdlant, zámek Ratibořice, zámek Červená Lhota, hrad Locket, hrad Rábí, hrad Velhartice, zámek a areál na Zelené Hoře, zámek a klášter Kuks, zámek Bečov nad Teplou, hrad Jindřichův Hradec, zámek Náchod, hrad Zvíkov a zámek Opočno. Nejvýznamnější z těchto památek z hlediska FV z Prahy je zámek Telč, který je zařazen mezi památky světového dědictví UNESCO stejně jako celé historické centrum města Telč.

Čtvrtá časová zóna zobrazující památky vzdálené z Prahy od 1 hodiny 45 minut do 2 hodiny 15 minut zahrnuje 12 památkových objektů s návštěvností vyšší než 40 tis. za rok. Z těchto objektů jsou dva pod památkovou ochranou UNESCO – zámek Litomyšl a Basilika Sv. Prokopa v Třebíči a pět s památkovou ochranou NKP – zámek Hluboká, zámek Kynžvart, hrad Bítov, zámek Vranov nad Dyjí a zámek Třeboň. Z ostatních kulturních památek v této zóně jsou významné z hlediska návštěvnosti hrady Špilberk, Pernštejn, Veveří, Kašperk a Landštejn. Pro FV z Prahy je v této časové zóně významný pouze zámek Hluboká a to především kvůli vysoké návštěvnosti - 284 528 návštěvníků za rok 2007 (viz příloha č. 5).

Poslední časová zóna, která je ještě bodovaná nebo-li ve které má ještě smysl nabízet FV z Prahy, zahrnuje časový interval od 2 hodin 15 minut do 2 hodin 45 minut.

V této zóně se nachází 7 památkových objektů s návštěvností vyšší než 40 tis. za rok. Z těchto objektů jsou 4 objekty s památkovou ochranou UNESCO – hrad Český Krumlov, zámek Lednice, zámek a zahrady v Kroměříži a zámek Valtice, tři NKP – hrad Český Krumlov, zámek Lednice a hrad Buchlov a dvě KP – zámek Mikulov a zámek Buchlovice. Z hlediska FV z Prahy je významný pouze zámek Lednice a hrad Český Krumlov, který však již je nabízen v rámci FV z Prahy.

Z této analýzy vyplývá, že v rámci FV z Prahy je nejvýhodnější nabízet výlety do památkových objektů, které leží blíže k Praze. Turisté stráví v Praze v průměru 4 pobytové dny (ČSÚ 2009). Dva dny jsou vhodné na prohlídku Prahy a další dny poté mohou být věnovány jiným aktivitám. Pokud si tedy vyberou výlet mimo Prahu, vyberou si raději kratší výlet, který nezabere celý den. Zároveň je zde problém s časem, který stráví na cestě autobusem, ten může být u delší cesty chápán jako ztrátový. Výlety, které jsou nabízeny do vzdálenějších oblastí, musí proto mít, co nabídnout. Celkový dojem z navštíveného objektu tedy musí přemoci dojem ztráty času způsobeného dlouhou cestou do cílového místa. Tyto objekty většinou lákají tím, že mají známku světového dědictví UNESCO nebo jsou v zahraničí známy z jiného důvodu.

V rámci FV z Prahy by tedy měly být nabízeny především památky 1 a 2 časové zóny. V rámci nových cílových destinací to mohou být výlety na zámek a arboretum v Průhonicích, na hrad Český Šternberk, hrady Točnick a Žebrák, hrad Trosky, zámek Kozel, zámek Dětenice, hrad Kokořín, hrad Křivoklát a zámek Sychrov. Ze vzdálenějších cílů poté přichází v úvahu zámek Telč, zámek Hluboká a zámek Lednice.

Jako FV z Prahy mohou být nabízeny i technické památky, problémem však je, že o tyto druhy výletů není příliš velký zájem. Památky tohoto druhu se však mohou stát doplňkovými výlety k výletům na kulturně-historické památky a mohou tak zvýšit atraktivitu těchto výletů. Takováto kombinace byla například vytvořena v rámci výletu na zámek Konopiště, který byl doplněn o výlet do Pivovaru Velké Popovice. Výlet do sklárny v Nižboru by mohl být spojen například s výletem na hrad Křivoklát, výlet do automobilky v Mladé Boleslavi by mohl být spojen s prohlídkou zámku Dětenice a popřípadě i s večerí ve středověké hospodě a výlet do pivovaru Pilsner Urquell by mohl být doplňkem k návštěvě hradu Kozel. Dále by bylo možno nabízet i výlet na hrad Kokořín spojený s prohlídkou vinných sklípků v Mělníku. Z ostatních kombinací přichází v úvahu spojení návštěvy hradu Špilberk a funkcionalistické vily Tugendhat, která je zapsána na seznam UNESCO. Hrad Špilberk se sice v rámci této analýzy nedostal do výběru nových destinací

pro FV z Prahy, ale ve spojení s vilou Tugendhat by hodnocení tohoto výletu stouplu nejméně o dva body (za UNESCO, viz příloha 5).

Jak již bylo výše řečeno je pro nabídku FV z Prahy důležitá především dostatečná propagace těchto destinací ze strany státu. V Koncepci státní politiky CR v České republice na období 2007 – 2013 je stanoveno jako priorita č. 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů CR. Tato priorita je především zaměřená na tvorbu a následnou aktivní propagaci produktů z oblastí městského a kulturního CR, dovolené v přírodě, sportovní a aktivní dovolené, lázeňského CR, kongresového a incentivního CR (MMR ČR 2007). Na základě této priority byla vytvořena ČCCR reklamní kampaň s názvem „Upevnění ČR a její konkurenceschopnosti na Evropském trhu“ (ČCCR 2010). Cílem této reklamní kampaně je oslovit evropské občany ze střední a vyšší střední příjmové skupiny. Kampaň je určena především pro okolní Evropské státy Česka a nejvýznamnější zdrojové země příjezdového CR Česka tzn. Německo, Polsko, Spojené Království a Itálie. Podle Koncepce státní politiky CR bylo stanoveno osm národních produktů, které budou propagovány – Praha, Kultura a historie, UNESCO, Aktivní dovolená, Golf, Léčebné lázeňství, Zážitková dovolená a Kongresová turistika. Reklamní kampaň bude probíhat prostřednictvím venkovní reklamy, internetu a sociálních sítí a televizních spotů. Hlavním záměrem je zdůraznit odlišnost země od sousedních střeoevropských zemí. V rámci kampaně byl vytvořen televizní spot, který bude vysílán v satelitních televizích – CNN, International, Eurosport a Sky News v období květen, červen, září a říjen 2010. Venkovní reklama bude probíhat prostřednictvím billboardů a megaboardů, které budou umístěny na hlavních dopravních tazích ve velkých městech výše zmíněných států. Dále byly vytvořeny informační stránky o Česku www.myCzechRepublic.eu, které budou prezentovány v rámci sociálních sítí (Facebook) (ČCCR 2010). Jak televizní spot, tak jednotlivé billboardy a megaboardy se skládají z fotografií reprezentující jeden z osmi národních produktů, názvu „Czech republic“, sloganu „jiný zážitek“ a odkazu na internetové stránky www.czechtourism.com. Nedostatkem těchto spotů a venkovních reklam je, že z jednotlivých obrázků není jasné, co je na nich zobrazeno a odkaz na internetové stránky není dostatečně viditelný. Tyto nedostatky vyplývají i z předběžného průzkumu trhu, který ČCCR provedla tento rok. Dotázaní po shlédnutí reklamního spotu a billboardů většinou uváděli, že se jim reklama líbí a že shledávají Česko atraktivní destinací, která stojí za návštěvu. Na druhou stranu také odpovídali, že nevědí, které oblasti Česka jsou v reklamě zobrazeny a že nevědí, kam se obrátit pro bližší informace o Česku. Z tohoto výčtu je zřejmé, že tento druh

reklamy opět neřeší problém s tím, že zahraniční turisté neznají jednotlivé destinace Česka. Řešením by tedy bylo připojit k jednotlivým fotografiím názvy destinací a zviditelnit odkaz na internetové stránky s tím, že je třeba zdůraznit, že bližší informace mohou najít právě zde.

6. Závěr

Tato práce se zabývá FV z Prahy, jejich nabídkou, organizací a propagací. Cílem práce je zjistit jaké druhy FV z Prahy jsou nabízeny, jak se změnila nabídka FV z Prahy a jaké byly důvody této změny, jak probíhá spolupráce mezi subjekty CR ruchu nabízejícími tyto výlety mezi sebou navzájem i s ostatními subjekty CR a jak by mohla být nabídka FV z Prahy ještě rozšířena.

CR Česka je rozdělen velmi nerovnoměrně. Více jak 50 % zahraničních turistů se soustředí do Prahy a tento poměr se stále zvyšuje. Nedochozí však pouze k soustředění turistů do Prahy jako takových, ale i ke koncentraci jejich výdajů na CR. MMR ČR se v Konceptu státní politiky CR v ČR na období 2007 – 2013 snaží tuto situaci řešit vytvořením nových národních a regionálních produktů CR a jejich následnou propagací. Jedním z řešení, které by mohlo do budoucna snížit počet turistů navštěvujících Prahu ve prospěch ostatních krajů, je nabídka FV z Prahy. Ty mohou posloužit jako prostředek k prezentaci národních a regionálních produktů CR a zároveň jako prostředek k poskytnutí finančních prostředků ostatním turistickým regionům Česka.

Podle šetření ČCCR přijíždí do Prahy téměř 50 % zahraničních turistů především kvůli poznání, pro 10 % je hlavním důvodem odpočinek a pro 8 % nákupy, zbylých 32 % má k návštěvě Prahy jiný důvod (práce, zábava, návštěva příbuzných atd., ČCCR 2007). Tohoto předpokladu využívají i organizátoři FV z Prahy. Většina výletů, které jsou z Prahy nabízeny jsou orientovány na poznávací CR – návštěvy hradů, zámků, měst, památníků a muzeí.

Nabídka FV z Prahy je vcelku stabilní, pravidelně je organizováno šest výletů – Terezín, Karlovy Vary, Karlštejn, Konopiště, Kutná Hora a Český Krumlov. Tyto výlety jsou nabízeny již několik let a stále jsou dostatečně využívány zahraničními turisty. Existují však i výlety, které se v nabídce neosvědčily a musely být z důvodu nedostatečného zájmu z pravidelné nabídky staženy. Cílovými destinacemi těchto výletů byly České Budějovice, Telč, Hluboká a Holašovice. Z výsledků vlastního šetření provedeného v rámci pohovorů s představiteli CK a CA a dotazníkového šetření bylo zjištěno, že hlavním důvodem nedostatečného zájmu o tyto destinace je především neznalost těchto míst. Dalším důvodem může být i větší vzdálenost těchto destinací od Prahy. Nově jsou od minulého roku nabízeny „tematické“ výlety – do skláren, pivovarů, automobilky apod., tyto výlety jsou však kupovány méně. Řešením, které by mohlo zvýšit

zájem o jednotlivé výlety, by mohla být správně mířená reklamní kampaň v zahraničí, která by měla být zajištěna státní příspěvkovou organizací ČCCR.

FV z Prahy jsou organizovány CA a CK, které jsou většinou české firmy popř. firmy zahraniční se zastoupením na českém trhu. Spolupráce těchto CK a CA s ostatními subjekty CR probíhá ve dvou oblastech: v rámci prezentace jednotlivých nabízených FV a v rámci organizace výletů. Prezentace probíhá prostřednictvím spolupráce s českými i zahraničními subjekty CR. Spolupráce v oblasti organizace výletů je zabezpečena v Praze a v cílových destinacích jednotlivých výletů. Firmy nabízející FV z Prahy spolupracují jak se soukromými subjekty CR, tak se státními subjekty. V rámci vlastního šetření bylo zjištěno, že nejvíce problémů se objevuje při spolupráci se státními subjekty CR a to především v případě návštěvy hradů a zámků. Vstupy do státních objektů nejsou pro větší skupiny nijak zvýhodněné. Jazyková vybavenost místních průvodců je navíc nedostatečná, což zvyšuje náklady o plat dalšího průvodce, který tlumočí. Tyto problémy by mohly být řešeny např. rozšířením jazykové vybavenosti místních průvodců, poskytnutím možnosti výkladu průvodcem CK/CA samotným nebo zakoupením moderních zvukových zařízení jako jsou např. mluvící panely.

Poslední část této práce byla věnována snaze nalézt další možné destinace, kam by ještě bylo vhodné organizovat FV z Prahy (viz příloha č. 5 a 6). V rámci této části výzkumu byla vytvořena vlastní metoda hodnocení potenciálu cílových destinací pro FV z Prahy. Celkový potenciál je složen ze třech indikátorů: časová dostupnost z Prahy, návštěvnost památkových objektů a stupeň památkové ochrany těchto objektů. V analýze byly sledovány pouze památkové objekty, protože pražské zahraniční turisty motivovalo k navštívení Prahy hlavně poznání a tyto druhy výletů je tedy nejvýhodnější nabízet (jsou určeny pro nejširší okruh lidí).

Z výsledků této analýzy vyplývá, že nejvhodnější nabízet výlety blíže k Praze tzn. do 75 minut od Prahy. Konkrétně mohou být nabízeny výlety na zámek a arboretum Průhonice, hrad Český Šternberk, hrady Točnick a Žebrák, zámek Kozel, hrad Trosky, hrad Kokořín, hrad Křivoklát, zámek Sychrov a zámek Dětenice. Z památek vzdálenějších od Prahy více než 75 minut mají dostatečný potenciál pouze čtyři – hrad a zámek Český Krumlov, zámek Telč, zámek Hluboká a zámek Lednice. Z těchto objektů se však osvědčil pouze hrad a zámek Český Krumlov, výlety na zámek Hluboká a zámek Telč byly zrušeny a výlet na zámek Lednice je nabízen pouze individuálně. Atraktivita jednotlivých výletů může být dále zvýšena kombinací s některými tematickými výlety. Např. by mohl být nabízen výlet na hrad Špilberk ve spojení s návštěvou vily Tugendhat, výlet na hrad

Křivoklát by mohl být spojen s návštěvou Nižborské sklárny, výlet na hrad Kokořín může být spojen s prohlídkou vinných sklípků v Mělníku atd.

Výlety, které jsou v rámci FV z Prahy nabízeny, by měly být maximálně do vzdálenosti 1 hodiny a 15 minut od Prahy. Důvodem není jen nevyužitý čas v jízdě autobusem, ale také rostoucí cena výletu se vzdáleností od Prahy. Pokud by však měl být nabízen výlet do vzdálenějších míst od Prahy, je potřeba aby atraktivita tohoto místa převýšila nad neochotou strávit celý den mimo Prahu a zaplatit vyšší cenu za výlet. Tento problém souvisí s nedostatečnou prezentací cílových destinací především ze strany státu a s nedostatečnou kvalitou služeb, kterých se v dané cílové destinaci zákazníkovi dostane. Řešením by tedy byla správně mířená reklamní kampaň v zahraničí, která by měla být orientována na prezentaci jednotlivých destinací Česka. V kampani by měly být zobrazeny nejatraktivnější místa Česka (památkové objekty, města...atd.) společně s uvedením názvu tohoto místa a popřípadě i zobrazením, kde se toto místo v rámci Česka nachází. Na všech reklamních materiálech by zároveň měl být viditelně zobrazen odkaz, kde možné získat bližší informace o Česku.

Seznam literatury

Monografické publikace

DISMAN, M. (2002): *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vyd. Praha: Karolinum. 374 s. ISBN 978-80-246-0139-7

GALVASOVÁ, I., BINEK, J., HOLEČEK, J., CHABIČOVSKÁ, K., SZCZYRBA, Z. a kol. (2008): *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1

HESKOVÁ, M., BERÁNEK, J., DVOŘÁK, V., NOVACKÁ, L., ORIEŠKA, J. (2006): *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.

MARIOT, P. (1983): *Geografia cestovného ruchu*. 1. vyd. Bratislava: vydavalstvo Slovenskej akademie věd.

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR (2007): *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013*. Praha, (přijato jako Usnesení Vlády České republiky ze dne 7. listopadu 2007 č. 1239).

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): *Cestovní ruch: výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

ŠEVČENKOVÁ, J. (2007): *Příjezdový Cestovní ruch České republiky a podpora rozvoje: regionální pohled*. Praha. 144 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Přírodovědecká fakulta. Vedoucí diplomové práce RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): *Geografie cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze. 228 s. ISBN 80-246-0172-9.

VYSTOUPIL, J., HOLEŠNICKÁ, A., KUNC, M., ŠAUER, M. (2007): *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-4263-6.

Seriálové publikace

BusinessInfo.cz (2010): *Počet turistů klesl v roce 2009 o čtyři procenta* [online]. Czech Trade. 26. 1. 2010 [cit. 2010-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/leden-2010/pocet-turistu-klesl-2009-o-4-procenta/1001862/56099/>>.

MAG CONSULTING (2010): Cestovní ruch čeká další pokles. *COT Business*, č. 2, s. 20. ISSN 1212-4281.

POMYKAL, J., ČCCR (2010): Památky ve středních Čechách zažily úspěšný rok. *COT Business*, č. 4, s. 38. ISSN 1212-4281.

ULRYCH, M.P. (2010): Jaromír Beránek: Naše prognóza je velmi střízlivá. *COT Business*, č. 4, s. 9. ISSN 1212-4281.

Internetové zdroje

AB PRAGUE: *Excursions and services* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.abpraha.cz/travel/index.htm>>.

ABANTE: *Tours around the Czech Republic* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.abante.cz/vylety.php?lang=en>>.

ACTIVE TRAVEL: *Excursions out of Prague* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.active.cz/index.php?content=excursions>>.

ASOCIACE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ČESKÉ REPUBLIKY: *Asociace informace: Členové* [online]. Praha [cit. 2010-01-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.ackcr.cz/clenove>>

ASOCIACE ČESKÝCH CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR: *Členové asociace* [online]. Praha [cit. 2010-01-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.accka.cz/addressbook.asp?fsidlo=pRAHA>>.

AUTHENTIC TRAVEL: *Excursions* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.authentictravel.cz/>>.

B-GROUP: *Regulars Tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.hotels-in-czech.com/tours.html>>.

BOND Ltd.: *Trips* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.to-bond.cz/trips.php>>.

BUZOLA: *Daily Tours from Prague* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.buzola.eu/sightseeings/daily-tours-from-prague>>.

CALYPSO INTERNATIONAL TOURS: *Výlety – hrady, zámky, města* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.calypsoprague.cz/43-vylety-hrady-zamky-mesta>>.

CITYRAMA PRAGUE: *Sightseeing Tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.cityrama.cz/>>.

CREATIVE TOUR: *Creative Country Trips: Choose from 15 different tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.ctours.comin.cz/country.php>>.

CZECH TOURS: *Excursions* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.czech-tour.com/en_exkurse.html>.

ČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (2010): Upevnění postavení ČR – IOP [online]. Praha [cit. 2010-05-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/upevneni-postaveni-cr-iop/>>

ČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (2007): *Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky: Tabulkové sestavy* [online]. Praha [cit. 2010-04-30]. Dostupný z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/tabs.php>>.

ČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (2005): *Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky: Metodika výzkumu* [online, pdf]. Praha [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <http://www.czechtourism.cz/files/regiony/metodika_final_navst.pdf>.

ČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (2004): Analýza příjezdového cestovního ruchu 1992 – 2003 [online, pdf]. Praha [cit. 2010-02-15]. Dostupný z WWW: <www.czechtourism.cz/files/statistiky/analyza/vyvojcr1993.pdf>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2008): *Metodika – časové řady cestovní ruch* [online]. Praha, 12. 12. 2008 [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/metodika_casove_rady_cestovni_ruch>

D&S BOHEMIA Ltd.: *Sightseeing Tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.ds-bohemia.cz/accommo/tours.asp>>.

EASY PRAGUE: *Sightseeing and Entertainment* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.easyprague.cz/en/sightseeing-and-entertainment/>>.

GREY LINE: *Destination Overview* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.grayline.com/Grayline/destinations/europe/prague.go?mode=activities&cd=&cat=Show%20All%20Tours&index=1&itemcount=59&>>.

GUIDED TOURS PRAGUE: *Guided tours of Prague: discover all the sightseeing tours on offer* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.guidedtoursprague.com/Prague_Sightseeing_Tours.php>

ITINERIS TRAVEL: *Tourist district: Trips in Czech Republic* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.itineris-travel.eu/en/tourist-attractions.php>>.

JOMYS: *Accommodation in Prague: Tours and Excursions* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.accommodation.cz/>>.

LA BOHEME DMC: *Accommodation and Services* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.la-boheme.cz/en/services.php?PHPSESSID=16qq4q073hbqpsk9f7b0pl5o73>>

LJUBA POLEVA: *Památky Česka* [online]. Praha: Your City Guide [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.yourcityguide.cz/cs/pamatky-ceska/>>.

LUCIE PECHAČOVÁ. *Trips* [online]. Praha: Lucy Tour [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.lucytour.com/?s=2&lg=uk>>.

MARTIN TOUR: *Prague city tours and Czech Republic sightseeing* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://martintour.cz/prague-tours-czech-sightseeing/prague-city-tours-and-czech-republic-sightseeings-cs.html>>.

OLUS: *City Tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.otus.cz/city_tours.htm>.

Památník Terezín. Vstupné na rok 2010 [online]. Terezín [cit. 2010-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.pamatnik-terezin.cz/showdoc.do?docid=70>>

PRAGUE EXPERIENCE: *Sightseeing* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.pragueexperience.com/sightseeing/sightseeing.asp>>.

PRAGUE TOURIST GUIDE: *Sightseeing Tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.praguetouristguide.com/sightseeing.php>>.

PRAGUEWALKER: *Join a group* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.praguewalker.com/group_tour.html>.

PREMIANT TOUR: *Výlety* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.premiant.cz/tours/excursions-bohemia>>.

SEZNAM.CZ: Incomingové cestovní kanceláře. *Firmy.cz* [online]. Praha [cit. 2010-01-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.firmy.cz/Cestovni-sluzby-a-pohostinstvi/Cestovni-kancelare-a-agentury/Incomingove/reg/praha?page=1&gId=0>>

SEZNAM.CZ: Plánovač trasy. *Mapy.cz* [online]. Praha [cit. 2010-02-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.mapy.cz/#mm=ZP@x=130252800@y=135135232@z=5>>.

SIGHTSEEING EXPERT: *Excursions* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.sightseeingexpert.com/en>>.

SIS TOUR: *Excursions outside Prague* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.sistour.cz/index.php/plain_user/excursion_outside_prague>.

Státní hrad a zámek Český Krumlov. Prohlídkové trasy a expozice. Český Krumlov [cit. 2010-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.castle.ckrumlov.cz/docs/cz/atr3.xml>>

TRAVEL BY EXCELLENCE: *Excursions & City Tours* [online]. Praha [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.tbe.cz/excursions/excursions.html>>.

Turistické regiony ČR. Praha: Asociace turistických regionů České republiky, 2004, 29. 4. 2005 [cit. 2010-05-02]. Dostupný z WWW: <http://www.tourism.cz/encyklopedie/seznam.phtml?&id_statu=1&typ=316&id_mapy=1&lng=&menu=>>.

Ročenky a další zdroje dat

Federální statistický úřad, Český statistický úřad, Slovenský statistický úřad (1990): *Statistická ročenka České a Slovenské Federativní Republiky 1990*. 1. vyd. Praha: SNTL. ISBN 80-03-00516-7. Kapitola 19, Cestovní ruch, s. 531-534.

Federální statistický úřad, Český statistický úřad, Slovenský statistický úřad (1991): *Statistická ročenka České a Slovenské Federativní Republiky 1991*. 1. vyd. Praha: SEVT. ISBN 80-7049-016-0. Kapitola 18, Cestovní ruch, s. 488-494.

Federální statistický úřad, Český statistický úřad, Slovenský statistický úřad (1992): *Statistická ročenka České a Slovenské Federativní Republiky 1992*. 1. vyd. Praha: SEVT. ISBN 80-7049-041-1. Kapitola 18, Vnitřní obchod a Cestovní ruch, s. 504-506.

Český statistický úřad (1993): *Statistická ročenka České Republiky 1993*. 1. vyd. Praha: Český spisovatel. 448 s. ISBN 80-202-0453-9. Kapitola 18 B, Cestovní ruch, s. 380-381.

Český statistický úřad (1994): *Statistická ročenka České Republiky 1994*. 1. vyd. Praha: Český spisovatel. 520 s. ISBN 80-202-0524-1. Kapitola 19 B, Cestovní ruch, s. 344-345.

Český statistický úřad (1995): *Statistická ročenka České Republiky 1995*. 1. vyd. Praha: Český spisovatel. 644 s. ISBN 80-202-0568-3. Kapitola 20 B, Cestovní ruch, s. 432-433.

Český statistický úřad (1996): *Statistická ročenka České Republiky 1996*. 1. vyd. Praha: Scientia s.r.o. 708 s. ISBN 80-7183-061-5. Kapitola 20 B, Cestovní ruch, s. 494-495.

Český statistický úřad (1997): *Statistická ročenka České Republiky 1997*. 1. vyd. Praha: Scientia s.r.o. 712 s. ISBN 80-7183-105-0. Kapitola 20 B, Cestovní ruch, s. 500-501.

Český statistický úřad (1998): *Statistická ročenka České Republiky 1998*. 1. vyd. Praha: Scientia s.r.o. 744 s. ISBN 80-7223-097-2. Kapitola 20 B, Cestovní ruch, s. 530-531.

Český statistický úřad (1999). *Statistická ročenka České Republiky 1999*. 1. vyd. Praha: Scientia s.r.o. 728 s. ISBN 80-7223-182-0. Kapitola 20 B, Cestovní ruch, s. 517-518.

Český statistický úřad (2000): *Statistická ročenka České Republiky 2000*. 1. vyd. Praha: Scientia s.r.o. 760 s. ISBN 80-7223-343-2. Kapitola 20 B, Cestovní ruch, s. 548-549.

Numeri Pragenses: Statistická zpráva o hlavním městě. 1. vyd. Praha: Městská statistická správa v hl. m. Praze, 1995. 248 s. Kapitola 5, Produkční statistiky: Cestovní ruch, s. 94-95.

Český statistický úřad – odbor regionální statistiky (1997): *Numeri Pragenses: Statistická ročenka 1997*. 1. vyd. Praha. 170 s. Kapitola 7, Produkční statistiky: Cestovní ruch, s. 102-106.

Český statistický úřad – odbor regionální statistiky (1999): *Numeri Pragenses: Statistická ročenka 1999*. 1. vyd. Praha, 1999. 167 s. Kapitola 6, Produkční statistiky: Cestovní ruch, s. 97-100.

Český statistický úřad – Krajská reprezentace hlavní město Praha (2000) *Statistická ročenka 2000: Numeri Pragenses*. 1. vyd. Praha. Kapitola 6, Produkční statistiky: Cestovní ruch, s. 99-103.

Český statistický úřad (2010): *Tab. 2.2.1 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích (NUTS III)* [online, .xls]. Praha [cit. 2010-04-15]. Volně stažitelný z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr>.

Národní poradenské a informační centrum pro kulturu (2009): *Návštěvnost památek v krajích v roce 2008* [online, pdf]. Praha: Centrum informací a statistik kultury [cit. 2010-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/navstevnost-pamatek-v-roce-2008.pdf>>.

Český statistický úřad (2010): *Tab. 2.3.1 Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR a krajích (NUTS III)* [online, .xls]. Praha [cit. 2010-04-15]. Volně stažitelný z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr>.

Český statistický úřad (2010): *Tab. 2.3.2 Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR a krajích (NUTS III)* [online, .xls]. Praha [cit. 2010-04-15]. Volně stažitelný z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr>.

Zákon č. 159/1999 Sb. ze dne 30. Června 1999 o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů [online, pdf]. [cit. 2010-05-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=fdceff95-6b92-4539-974f-893e9760f65b>>.